

Universitatea Babeș-Bolyai
Facultatea de Geografie
Centrul de Geografie Regională

**Planificare teritorială: de la teorie la practică.
Studii de caz din Țara Maramureșului**



Presa Universitară Clujeană

**UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
FACULTATEA DE GEOGRAFIE
CENTRUL DE GEOGRAFIE REGIONALĂ**

**PLANIFICARE TERITORIALĂ:
DE LA TEORIE LA PRACTICĂ.
STUDII DE CAZ DIN ȚARA MARAMUREȘULUI**

ISBN 978-606-37-0808-4

© 2020 Coordonatorii volumului. Toate drepturile rezervate.
Reproducerea integrală sau parțială a textului, prin orice mijloace, fără acordul coordonatorilor, este interzisă și se pedepsește conform legii.

Universitatea Babeș-Bolyai
Presa Universitară Clujeană
Director: Codruța Săcelean
Str. Hasdeu nr. 51
400371 Cluj-Napoca, România
Tel./fax: (+40)-264-597.401
E-mail: editura@editura.ubbcluj.ro
<http://www.editura.ubbcluj.ro/>

**UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
FACULTATEA DE GEOGRAFIE
CENTRUL DE GEOGRAFIE REGIONALĂ**

**PLANIFICARE TERITORIALĂ:
DE LA TEORIE LA PRACTICĂ.
STUDII DE CAZ
DIN ȚARA MARAMUREȘULUI**

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

2020



Cartea a fost elaborată sub egida CENTRULUI DE GEOGRAFIE REGIONALĂ din cadrul Facultății de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca.

Editarea lucrării s-a realizat cu sprijinul financiar al Facultății de Geografie din cadrul Universității Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca.

Referenți științifici: Conf. univ. dr. Raularian RUSU
Conf. univ. dr. Cristian-Nicolae BOȚAN
Conf. univ. dr. Titus MAN
Lector dr. Ciprian MOLDOVAN

COLECTIV DE COORDONARE:

Gheorghe-Gavrilă HOGNOGI
Ana-Maria POP
Lelia PAPP
Ibolya TÖRÖK
Alexandra-Camelia POTRA
Simona MĂLĂESCU
Cristian-Emanuel ADOREAN
Cosmina-Daniela URSU

Design copertă: Alina STAIKU & Gheorghe-Gavrilă HOGNOGI
Design logo-uri proiecte: Alina STAIKU & Lelia PAPP

© Toate drepturile rezervate Centrului de Geografie Regională din cadrul Facultății de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca. Reproducerea integrală sau parțială a textului și ilustrațiilor, prin orice mijloace, fără acordul acestuia, este interzisă și se pedepsește conform legii.

Publicația însumează rezultatele proiectelor studenților Facultății de Geografie, din cadrul practicii de specialitate în Țara Maramureșului, desfășurată în intervalul 13 martie – 23 mai 2019.

Această publicație reprezintă, totodată, o continuare a proiectului RO02-0013 - ***Studiu integrat privind contribuția ecosistemelor din ariile protejate Natura 2000: Pricop-Huta Certeze și Tisa Superioară la dezvoltarea durabilă a comunităților locale***, finanțat printr-un grant acordat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia, Program RO02 – „Biodiversitate și servicii ale ecosistemelor”, Apelul pentru propuneri de proiecte nr. 1, al cărui Operator de Program este Ministerul Mediului.

Conținutul acestei publicații nu reprezintă poziția oficială a Granturilor SEE 2009-2014. Întreaga răspundere asupra corectitudinii și coerenței informațiilor prezentate revine coordonatorilor.

CUPRINS

	Pag.
Cuvânt înainte	1
Mulțumiri	2
Valorificarea patrimoniului vernacular. Studiu de caz: Iapa Cosmina-Daniela URSU, Rareș GHERASIM, Alin Ionuț POPA, Adrian-Radu RAD	3
Valorificarea gastronomiei ucrainene. Studiu de caz: Pensiunea Poiana Cornet, Rona de Sus Ionela-Roxana BOLOSIN, Mioara-Mădălina BUZATU, Mădălina- Diana GRIGORAȘ, Constantin-Bogdan MIRCEA, Gabriela- Anamaria VARI	35
Digitizarea meșteșugurilor tradiționale: meșteșugul cioplitului în lemn din Bârsana Sebastian ANDRIESEI, Gabriela GRECU, Valentin HÎRSULESCU, Alin Ionuț POPA, Andreea Elena TRAISTĂ, Maria CHINDRIȘ	61
Crearea unei rute culturale tematice. Studiu de caz: Cimitirul Vesel de la Săpânța Andrei CÎRCU, Silvana CRIȘAN, Adrian MUNTEAN, Daiana CURTUIȘAN	79
Festivalul Verzei – eveniment de valorificare a unui produs agricol. Studiu de caz: Câmpulung la Tisa Cristian-Emanuel ADOREAN, Cristina-Andreea SABĂU, Roland TÖRÖK, Răzvan ȚĂRUȘ, Ariana VLAICU	117

CUVÂNT ÎNAINTE

Cea de-a treia ediție a practicii de specialitate, organizată sub egida Centrului de Geografie Regională, a avut ca locație de desfășurare Țara Maramureșului, un spațiu mental încă puternic individualizat, ce stă sub semnul multiculturalismului. Tocmai această conviețuire a mai multor etnii a constituit și tema principală în jurul căreia au fost propuse 5 proiecte de valorificare a moștenirii spirituale și materiale lăsată de reprezentanții acestora.

Patrimoniul tradițional al așezării Iapa, localitate componentă a municipiului Sighetu Marmăției, este încă viu și palpită prin ai săi locuitori. Paradoxul acestei ipostaze, cea de individualizare a zeci de case tradiționale, aflate în diferite stadii



de evoluție arhitecturală, derivă din enclavizarea acesteia într-un spațiu urban, guvernat de confort și mai puțin prietenos cu zestrea predecesorilor. Alte comunități locale, unde patrimoniul imaterial, dacă nu chiar singurul element etnografic rămas, este mai bine evidențiat sunt cele de la Câmpulung la Tisa (unde o mână de etnici maghiari se încapățânează să-și promoveze un produs alimentar local – varza de Câmpulung la Tisa – prin Festivalul Verzei) sau Rona de Sus (cu variante de rețete ucrainene regăsite în casele locatarilor sau reinventate în unele pensiuni). Repere de notorietate ale comunității maramureșene, Cimitirul Vesel din Săpânța și Bârsana, cu ale sale porți de lemn și instituție monahală reprezentativă pentru ortodoxismul românesc, au constituit subiectul altor proiecte abordate în cadrul acestei practici.

Protagoniștii acestei ediții, studenți de la diferite specializări din cadrul Facultății de Geografie, și-au depășit propriile limite prin dobândirea unor cunoștințe, interacțiunea cu oamenii (mai ales pe durata documentării pe teren), scrierea unui material științific sau conturarea altor idei de cercetare.

Pe parcursul câtorva zeci de pagini vor putea fi consultate rezultatele celor 5 proiecte elaborate de studenți, acestea putând deveni oricând materiale suport pentru alte cercetări, perspective de acționare pentru actorii locali implicați sau chiar viziuni diferite de percepere a realității unor comunități locale. Toate acestea n-ar fi fost posibile fără intervenția unor promotori ai satului maramureșean, persoane și instituții pentru care ne exprimăm gratitudinea și în apariția acestui volum.

MULȚUMIRI

Orice inițiativă începe cu o idee și devine rezultatul unei colaborări, nu doar a celor implicați în elaborarea materialului, fie el științific sau nu, ci și a unor persoane care își aduc aportul la dezvoltarea comunității din care fac parte. În mod conștientizat, și cu rezerva includerii doar a persoanelor/instituțiilor cu cel mai mare grad de implicare pentru prezenta publicație, ne exprimăm gratitudinea pentru următoarele persoane/instituții:

Primăria comunei Câmpulung la Tisa	Ludovic FEKETE, primar
Ansamblul folcloric din Câmpulung la Tisa	
Primăria municipiului Sighetu Marmației	Horia Vasile SCUBLI, primar
Parohia Sighet IV Valea Hotarului	Viorel FEREȘTEANU, preot paroh
Casa Memorială „Stan Ioan Pătraș”	Dumitru POP-TINCU, artist popular
Primăria comunei Săpânța	Gheorghe STAN, primar Gheorghe POP, viceprimar
Parohia Săpânța	Grigore LUTAI, preot
Muzeul Satului Maramureșean	Nelu ȘTIRB, muzeograf
Pensiunea Cornet, Rona de Sus	Ionela LAVRUC POPOVICI, administrator
Primăria comunei Bârsana	Teodor ȘTEFANCA, primar
Școala Gimnazială Rona de Sus	Loredana LUSCAN, profesor Ileana DAN, învățător Ana GRIDJAC, profesor Elek OPRIȘAN, profesor Maria OPRIȘAN, profesor
Asociația Interculturală de Tradiții	Peter HURLEY, fondator
The Village Hotel, Breb	Penelope RIDGLEY, antreprenor



VALORIFICAREA PATRIMONIULUI VERNACULAR. STUDIU DE CAZ: IAPA

Cosmina-Daniela URSU¹

Rareș GHERASIM²

Alin Ionuț POPA³

Adrian-Radu RAD⁴

¹ Masterandă, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

² Masterand, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

³ Masterand, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

⁴ Elev, Colegiul Național „Vasile Lucaciu”, Baia Mare.

REZUMAT – Unul din elementele care individualizează Țara Maramureșului este lemnul, satul maramureșean fiind recunoscut la nivel național pentru arhitectura sa specifică, reprezentativă pentru „țara lemnului”. În prezent, era modernității și contaminarea cu influențe alohtone schimbă peisajul vernacular, care riscă să dispară treptat odată cu meșteșugurile și tehnicile de construcție. Localitatea Iapa, devenită cartier a municipiului Sighetu Marmației în urma restructurării administrative din 1968, este una în care patrimoniul vernacular este prezent în diferite stadii de conservare, dar în care nu se conștientizează importanța promovării arhitecturii tradiționale ca element identitar. Prezentul studiu s-a axat pe identificarea elementelor arhitecturale reprezentative, aprecierea gradului de conservare a gospodăriilor tradiționale și propunerea unor soluții viabile de valorificare a patrimoniului vernacular. Ca metode de lucru s-au utilizat documentarea bibliografică, urmată de documentarea pe teren, care a inclus observația directă, cartarea și fotografierea unor elemente reprezentative de arhitectură vernaculară, studiul de caz, precum și aplicarea unui interviu semi-structurat. În urma cercetării s-au identificat 5 categorii de locuințe de lemn, în funcție de starea de conservare, de materialele de construcție utilizate și de vechimea acestora: locuințe în stare foarte bună, locuințe parțial modificate, puternic modificate, în precolaps și locuințe noi cu elemente tradiționale. Pe baza caracteristicilor acestor categorii au fost propuse câteva măsuri specifice referitoare la modul de restaurare, dar și la crearea unui traseu turistic tematic, al locuințelor tradiționale, cu posibilitate de promovare ca „muzeu viu” prin intermediul Muzeului Satului Maramureșean. Desigur, jalonarea acestui traseu trebuie să debuteze cu un inventar complet al gospodăriilor vernaculare, care sunt dispersate în teritoriu. În concluzie, patrimoniul vernacular din Iapa are un rol dublu: poate reprezenta un mijloc de a susține economia locală prin activitățile turistice desfășurate și, de asemenea, poate constitui un model de rezistență a arhitecturii tradiționale în fața influențelor alohtone.

Cuvinte cheie: patrimoniu vernacular, conservare, lemn, traseu turistic

INTRODUCERE

Justificarea temei

Identitatea unui spațiu geografic, fie stabilit într-un cadru normatizat, fie unul de ordin mental, poate fi exprimată prin intermediul patrimoniului vernacular, care acționează în același timp ca un factor de coeziune teritorială. Prin această sintagmă de *patrimoniu vernacular* ne referim la întreaga geocomplexitate de sisteme și subsisteme locale, care în timp a creat un produs caracteristic în cadrul unui anumit areal. Pe seama contextului teritorial, dar și a moștenirii istorice a unor deprinderi și valori, s-au transpus până în prezent numeroase obiceiuri și îndeletniciri, alături de un stil arhitectonic tipic. Specificul vernacular se

concretizează în acest fel ca indicator al relațiilor de ordin spațial din unitatea de care aparține, iar păstrarea acestuia în timp poate evidenția caracteristica de diferențiere culturală ca urmare a unui factor separator ce înlătură alte influențe.

În prezent, importanța conservării patrimoniului vernacular nu reprezintă un scop bine definit și nu este percepută pe plan local ca o necesitate stringentă pentru dezvoltarea unei comunități. Se tinde spre o uniformizare a stilurilor arhitectonice, cu elemente specifice altor culturi care nu promovează specificul maramureșean, ci îl contaminează și îl fac să pară perimat. În acest context, studiul de caz are în vedere evidențierea unei zone în care există gospodării tradiționale a căror valoare arhitecturală nu este valorificată corespunzător. Conservarea patrimoniului vernacular aduce cu sine, pe lângă beneficii de ordin financiar (prin valorificarea turistică), și susținerea spiritului tradițional, a valorilor specifice maramureșene care întăresc identitatea locală în fața influențelor alohtone.

Proiectul se adresează proprietarilor de gospodării tradiționale care pot fi consiliați în sensul restaurării și conservării acestora, autorităților locale care pot interveni prin impunerea unor reglementări mai stricte în ceea ce privește păstrarea arhitecturii locale, celor interesați de arhitectura vernaculară, dar mai puțin familiarizați cu prezența unor elemente valoroase în arealul analizat și, nu în ultimul rând, turiștilor, cei care pot reprezenta un segment cu putere de influență asupra economiei locale.

Originalitatea acestui studiu rezidă din faptul că acesta pune în lumină un teritoriu cu un fond construit valoros din punct de vedere arhitectural, dar care tinde să fie neglijat și supus degradării din cauza unor factori precum depopularea, gradul redus de conștientizare a valorii deosebite a caselor tradiționale de către proprietarii acestora, a lipsei de interes privind conservarea și valorificarea lor în beneficiul membrilor comunității și a prevalenței influențelor din alte țări. Mai mult, proximitatea față de Muzeul Satului Maramureșean ca obiectiv care promovează arhitectura tradițională poate susține localitatea Iapa ca muzeu viu, element care demonstrează că identitatea locală nu este reprezentată doar la nivel muzeistic, static, ci constituie o parte integrantă, de actualitate, prin care localnicii își afirmă în mod activ valorile moștenite din generație în generație.

Distincția între noțiunea de „vernacular” și „tradițional” marchează specificitatea locală asociată termenului dintâi, concret. Vernacularitatea surprinde acele îndeletniciri dezvoltate natural, în timp, de către comunitatea locală și care utilizează resursele specifice teritoriului. Pe de altă parte, tradiția presupune un context generalizat la nivelul unui teritoriu mai extins, obiceiuri și îndeletniciri specifice unui cadru cultural mult lărgit. Astfel, putem afirma că vernacularul

reprezintă practic o specializare a tradiției, acesta distingându-se în funcție de microstructura teritorială și prin componenta temporală.

Obiective

Studiul vizează identificarea unor forme optime de valorificare a patrimoniului vernacular maramureșean și regenerarea teritorială în acest temei. În acest fel se urmărește realizarea unei analize a situației existente, rezultatele fiind sintetizate printr-o analiză SWOT, și conceperea unui set de propuneri pentru revitalizarea patrimoniului.

Din punct de vedere al valorificării potențialului vernacular se evidențiază importanța în conservarea contextului cultural și premisa economică. Astfel, se pot realiza strategii de dezvoltare pentru comunitate pe baza patrimoniului existent. În contextul actual, implementarea proiectelor de valorificare durabilă contribuie la regenerarea arealelor din punct de vedere socio-economic prin atragerea de fonduri din surse diferite, inclusiv fonduri europene.

Obiectivul general al proiectului vizează analiza patrimoniului imobil din Iapa, parte integrantă a U.A.T. Sighetu Marmăției. În acest sens se urmărește:

- identificarea elementelor reprezentative de arhitectură vernaculară;
- aprecierea stării de conservare a gospodăriilor tradiționale din lemn;
- propunerea unor soluții viabile de valorificare a patrimoniului vernacular local.

Contextul teoretic

Termenul de vernacular provine din latinescul „*vernaculus*” prin filieră franceză „*vernaculaire*” și se referă la ceva ce este propriu unei țări, o arhitectură „indigenă” (Marcu, Maneca, 1978, citați de Dăncuș, 2010). Atât în context național, cât și internațional, există preocupări privind studierea arhitecturii vernaculare. ICOMOS (International Council on Monuments and Sites), o organizație care se ocupă cu protejarea și conservarea moștenirii arhitecturale, a formulat în *Carta patrimoniului vernacular* (1999) următoarea definiție: „*Arhitectura vernaculară este modul tradițional și natural prin care comunitățile își asigură locuirea. Este un proces continuu incluzând schimbări necesare și adaptare continuă ca răspuns la constrângerile sociale și de mediu. Supraviețuirea acestei tradiții este amenințată în întreaga lume de forțele omogenizării economice, culturale și arhitecturale.*” Din această definiție reiese că proveniența vernacularului nu este bine definită, ci este expresia prin care o comunitate își asigură nevoia de protecție. De cele mai multe ori, constructorii nu au experiență, nu sunt antrenați în acest sens, ci sunt ghidați în

proces de cunoștințe transmise prin viu grai, care sunt rezultatul numeroaselor încercări și eșecuri. Alți autori subliniază importanța arhitecturii tradiționale ca „[...] singurul model istoric încă viu și relativ apropiat în timp, ea neputând fi construită deliberat pentru că instantaneu devine cultă” (Kovács, 2003). De asemenea, definiția amintită evidențiază o provocare cu care se confruntă patrimoniul vernacular actual, și anume aceea de a rezista în fața omogenizării. Influențele nefaste alohtone sunt subliniate și în următoarea afirmație: „Astăzi se construiește o altă cultură, altă civilizație, altă țară” (Dăncuș, 2010). Se observă rolul arhitecturii vernaculare în definirea identității unui popor.

Identificarea acestui tip de patrimoniu se realizează în baza unui răspuns comunitar similar în exprimarea motivelor specifice, tehnicilor de prelucrare utilizate, și chiar a materialelor specifice cu care se lucrează. Elementul vernacular se concretizează în jurul conceptului de comunitate, el reprezentând de cele mai multe ori elementul de mândrie și afectivitate socială față de valorile care au reușit să fie conservate chiar și în contextul evoluției spațio-temporale.

De asemenea, abordarea tematicii presupune consultarea directivelor internaționale legate de patrimoniu ale UNESCO și a legislației statului român. Potrivit *Legii nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice*, categoria a II-a, grupa B este destinată monumentelor istorice reprezentative pentru patrimoniul cultural local. Integrarea în această categorie ar favoriza anumite oportunități financiare, ca de exemplu scutirea sau reducerea regimului de taxe și impozite pe clădiri datorate pentru clădirile clasate ca monumente istorice sau pentru cele pentru care s-a instituit un regim de protecție (*Legea nr. 209/2017 pentru modificarea și completarea Legii nr. 227/2015 privind Codul fiscal*), precum și modul de accesare a fondurilor pentru restaurarea și conservarea patrimoniului.

Exemplele de bună practică de la nivel internațional pot reprezenta modele de urmat pentru dezvoltarea locală. Un exemplu de păstrare și de punere în valoare atât a patrimoniului arhitectural rural, cât și a meseriilor tradiționale este Ecomuzeul Alsaciei din Franța unde, pornind de la câteva case țărănești salvate de la distrugere, reconstruite și animate, s-a ajuns în prezent la 74 clădiri răsfirate pe mai mult de 10 ha, un muzeu viu amenajat cu scopul de a reconstitui satul alsacian de la începutul secolului al XX-lea (Figura 1). Acest ecomuzeu se bazează pe trei dimensiuni: arhitectură, memorie și program socio-cultural, organizând ateliere tematice în fiecare zi (obținerea pâinii, a produselor lactate, cursuri de fierărit, plimbări cu animalele, pescuit etc.), în cadrul cărora turiștii au parte de experiențe autentice.



Figura 1. Ecomuzeul Alsaciei, Franța
Sursa: <https://www.destination-alsace.fr>



Figura 2. Proiectul 100 Roofs, Serbia
Sursa: Cultural Heritage Without Borders, <https://chwb.org>

Proiectul *100 Roofs*, derulat în Serbia (Figura 2), reprezintă o altă modalitate de protecție a arhitecturii vernaculare, punând accentul pe restaurarea *in situ* a unor case tradiționale încă funcționale. Proiectul a început cu restaurarea acoperișului a șapte locuințe vernaculare, urmând ca acesta să se extindă, ajungându-se la 13 acoperișuri restaurate prin organizarea unor ateliere care au în plus menirea de a forma profesional și alți constructori.

Și în România există deja exemple de valorificare a patrimoniului vernacular, care demonstrează interesul unor stakeholderi pentru acest domeniu. De exemplu, în localitatea Breb s-a dezvoltat o afacere numită *The Village Hotel* (Figura 3), condusă de doi cetățeni englezi. Aceștia au venit și au cumpărat câteva case tradiționale care erau pe punctul de a fi puse pe foc: „[...] și ceea ce am făcut noi a fost să cumpărăm case din alte sate, le-am dezasamblat, le-am transportat, le-am reconstruit, pentru că în acest sat ... nu am vrut să cumpărăm case din acest sat. Am vrut să păstrăm acest sat aproape ca un muzeu viu, unde oamenii trăiesc și lucrează și ... este viu” (Penelope Ridgley, proprietară). Aceste case, deși modernizate, fiind dotate cu apă curentă și energie electrică, păstrează caracterul tradițional (pereți acoperiți cu lut, acoperiș de draniță). Turiștii care vin să se cazeze sunt în proporție de 90% străini: „[...] din Alaska, din Japonia, din Coreea, Noua Zeelandă, din Europa, bineînțeles, absolut de pretutindeni”. Acest model a fost treptat preluat și de alți localnici care și-au deschis casele turiștilor.

Mai mult, se remarcă tendința de trecere de la turismul itinerant la turismul de destinație, care asociază și agroturismul: „Am avut oameni care au stat mai mult de o săptămână, dar în fiecare zi am găsit câte ceva diferit de făcut. Câteodată doar am mers la cules de flori, altă dată am mers la lemnărie, iar ei au tăiat draniță, deci ... dar lucruri simple. Nu este o aventură de amplexare, dar oamenii chiar prind esența

modului de viață diferit de aici” (Penelope Ridgley). Pe lângă activități gospodărești, turiștii au parte de mese tradiționale, cu alimente produse de localnici, încurajându-se astfel agricultura locală.



Figura 3. Village Hotel, Breb (MM)

Foto: Lelia Papp, 2019



Figura 4. „Satul cu casele albe”, Rimetea (AB)

Sursa: <https://adevarul.ro>

Un alt exemplu îl reprezintă satul Rimetea (Figura 4) care prin intermediul instrumentelor de finanțare, a ajutorului financiar alohton, dar și a implicării comunității locale a devenit un model de revitalizare a unei localități prin restaurarea, conservarea și valorificarea unor valori locale: arhitectura vernaculară, bucătăria tradițională și peisajul cultural rezultat. Proiectul a presupus inclusiv realizarea unor ateliere în care membrii comunității să poată reînvăța tehnicile de construcție utilizate odată, astfel încât să restaureze prin forțe proprii patrimoniul local.

De asemenea, Ordinul Arhitecților din România sprijină și se implică în diverse proiecte și acțiuni care au în vedere conservarea și protejarea patrimoniului vernacular, cum este implicarea în VERNADOC (Vernacular Documentation). Prin intermediul rețelei create s-au format echipe de arhitecți din țară și din străinătate (Finlanda, Rusia, Suedia, Emiratele Arabe Unite, China, Thailanda, Japonia, Portugalia, Estonia, Italia, Croația) care au realizat o DOCUMENTARE asupra arhitecturii VERNACulare - o metodologie de studiere a arhitecturii vernaculare printr-un proces de colectare de date și informații din teren și redarea lor prin relevee, schițe și desene ale obiectivelor, de înaltă calitate artistică și tehnică.

Alte acțiuni de conservare a patrimoniului vernacular sunt restaurarea din inițiativă privată a unor case tradiționale locuite, realizată printr-o strângere de fonduri prin intermediul rețelelor de socializare, așa cum este exemplul din satul Mara (jud. Maramureș), sau realizarea unor construcții noi care îmbină în mod estetic și practic elemente de arhitectură tradițională cu elemente de modernitate.

Aceste inițiative au rolul de a conserva arhitectura locală și de a susține identitatea maramureșeană.

METODOLOGIE

În realizarea cercetării au fost parcurse patru etape specifice:

- documentarea bibliografică și pregătirea etapei de teren;
- colectarea propriu-zisă a datelor din teren;
- crearea bazei de date, procesarea și analiza acestora;
- elaborarea materialului științific scriptic.

În cadrul primei etape au fost cercetate materialele bibliografice cu implicații asupra tematicii alese și s-a realizat documentarea preliminară pentru coordonarea etapei de teren.

Poate cea mai importantă secvență a cercetării, etapa de teren, a presupus colectarea datelor și informațiilor absolut necesare analizei. Interviuurile aplicate în această etapă, care au fost adresate unor categorii diferite de respondenți (Tabelul 1), au contribuit la o mai bună înțelegere a arealului de studiu și a elementelor de patrimoniu vernacular identificate în teren.

Tabelul 1. Categori de respondenți intervievați în cadrul documentării pe teren

Categoria din care face parte respondentul	Nume și prenume, funcția/ ocupația	Grupa de vârstă	Localitate
Autorități ale administrației publice locale	Horia Vasile Scubli, primar al mun. Sighetu Marmăției	60-79	Sighetu Marmăției
Instituții publice de cultură	Nelu Știrb, conservator în cadrul Muzeului Satului Maramureșean	40-59	Sighetu Marmăției
Instituții de utilitate publică	Viorel Fereșteanu, preot paroh al Parohiei Sighet IV Valea Hotarului	60-79	Sighetu Marmăției, Valea Hotarului
Asociații	Peter Hurley, antreprenor și fondator al Asociației Interculturale de Tradiții	40-59	Baia Mare
Sector privat	Penelope Ridgley, antreprenor, proprietar unitate de cazare The Village Hotel	40-59	Breb
Localnică	Casnică	60-79	Iapa
Localnică	Casnică	20-39	Iapa

Localnic		40-59	Iapa
Localnică	Casnică	40-59	Iapa
Localnică	Pensionară	60-79	Iapa
Localnică	Casnică	40-59	Iapa
Localnic	Pensionară	60-79	Iapa
Localnic		40-59	Iapa
Localnică		40-59	Iapa
Localnic		60-79	Iapa
Localnic	Constructor	40-59	Iapa
Localnic	Constructor	20-39	Iapa
Localnică		60-79	Iapa
Localnică		60-79	Iapa

Ca urmare a numărului ridicat de locuințe vernaculare identificate în teritoriu, aflate în diferite stadii de conservare, s-a considerat oportună restrângerea arealului analizat la sectorul superior, sud-vestic, mai izolat, cu o accesibilitate mai redusă, și prin urmare cu o concentrare mai mare a locuințelor aflate într-o stare de conservare bună și foarte bună. Pentru acest sector, considerat ca studiu de caz, s-a realizat o analiză mai detaliată, fiind extrase din teren date GPS și atributele legate de starea în care se află construcțiile, în concomitent realizându-se și documentarea fotografică a elementelor de patrimoniu.

Având dezideratul de a livra o cercetare bine încadrată și în ceea ce privește reprezentarea cartografică, etapa de creare a bazei de date și analiza acestora a necesitat o abordare complexă. Pentru contabilizarea și valorificarea punctelor GPS și valorile atribut aferente a fost necesară realizarea de tabele în Excel cuprinzând coordonatele (x,y), respectiv coloana cu starea de conservare. Aceste date au fost reproiectate din WGS 1984 în sistemul de proiecție național, STEREO 1970. Alte structuri de date utilizate au fost limitele administrative ale României (nivel I, II și III), limita Țării Maramureșului, spațiul construit, utilizarea terenului, rețelele (hidrografice, transport), modelul digital de elevație și curbele de nivel extrase din acesta.

De asemenea, un grad ridicat de dificultate a presupus și realizarea efectivă a materialului final. Pentru aceasta s-a procedat la distribuirea sarcinilor pe parte textuală în cadrul grupei de lucru alături de dezbateri în întâlnirile de echipă.

SITUAȚIA EXISTENTĂ

Contextul teritorial

Zona de studiu aleasă face parte în prezent, la nivel administrativ, din municipiul Sighetu Marmăției, județul Maramureș (Figura 5). În *Strategia de Dezvoltare Urbană a Municipiului Sighetu Marmăției* (2017), Iapa este catalogată drept „zonă periurbană” sau cartier al Sighetului, alături de Șugău, acestea fiind inițial localități rurale care ulterior, mai exact în anul 1968, când Sighetu Marmăției a trecut la rangul de municipiu, au fost înglobate în structura urbană. Caracterul rural al localității este încă resimțit la nivelul arhitecturii tradiționale, aflată în diverse stadii de conservare.

Numele localității a trecut prin modificări succesive de-a lungul timpului. Vechea denumire, încă din timpul primei atestări documentare, a fost Valea Iepeii sau Kabalapathaka. În secolul al XV-lea, numele se schimbă în Valea Calului (Kabolapatak, în magh.), urmând ca din secolul al XIX-lea să se revină la denumirea inițială. În spatele alegerii denumirii se află o poveste, care din păcate nu s-a păstrat (Ștef, 2016). Totuși, numele localității este un leitmotiv, acesta regăsindu-se în denumirea străzilor principale (strada Iapa, strada Iapa-Agriș, strada Iapa-Prapor).

Localitatea Iapa este situată în partea sud-vestică, la 4,5 km de centrul municipiului Sighetu Marmăției. Din punct de vedere morfologic, localitatea se întinde de-a lungul unui afluent al râului Iza, numit Valea Păstăilor. Relieful predominant este cel de deal, cu altitudini între 300-500 m, acesta reprezentând un cadru favorabil dezvoltării agriculturii și creșterii animalelor.

Din punct de vedere geodemografic, conform datelor de la ultimul recensământ, în 2011, localitatea avea 1292 locuitori. Urmărind evoluția numerică a populației în intervalul 1880-2011 (Figura 6), se poate observa că s-a atins un efectiv maxim al populației în anul 1910 (2287 locuitori), însă, per ansamblu, evoluția este una oscilantă. De

remarcat că, anterior intrării în componența municipiului Sighetu Marmăției, localitatea avea 1931 locuitori, urmând ca în anii următori să se înregistreze un trend descendent, ajungând în 2011 la 1292 locuitori.

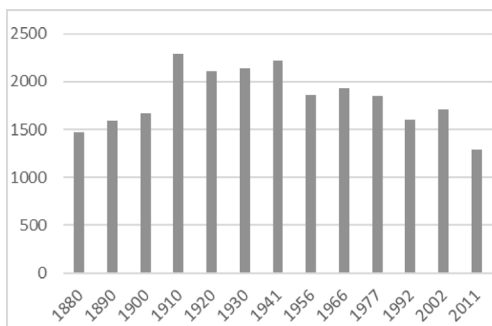


Figura 6. Evoluția numerică a populației în Iapa

Sursa: RPL România

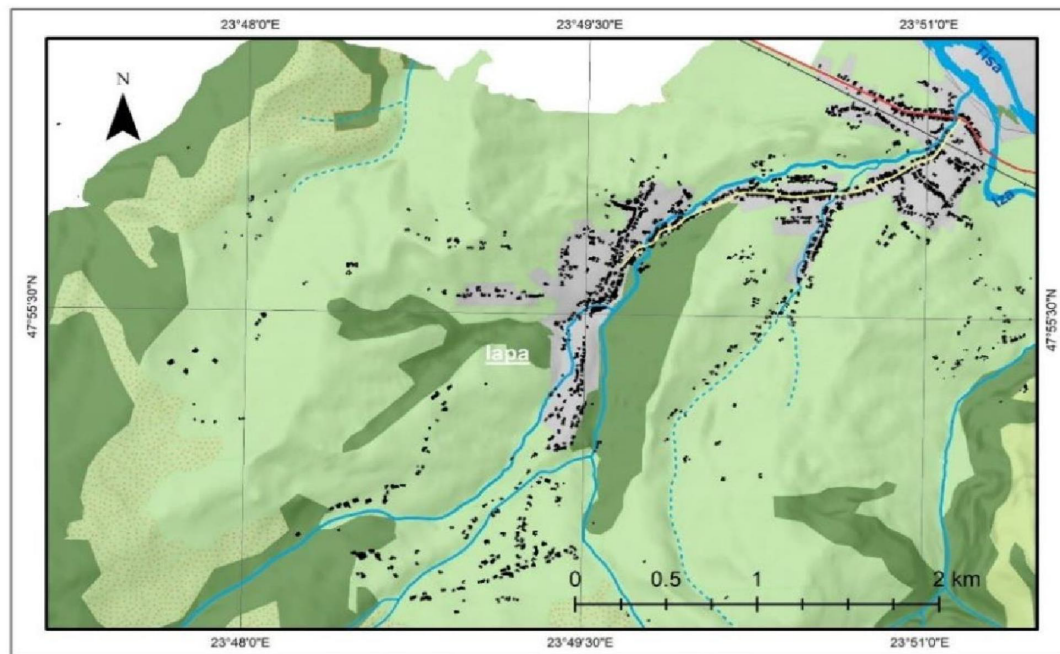
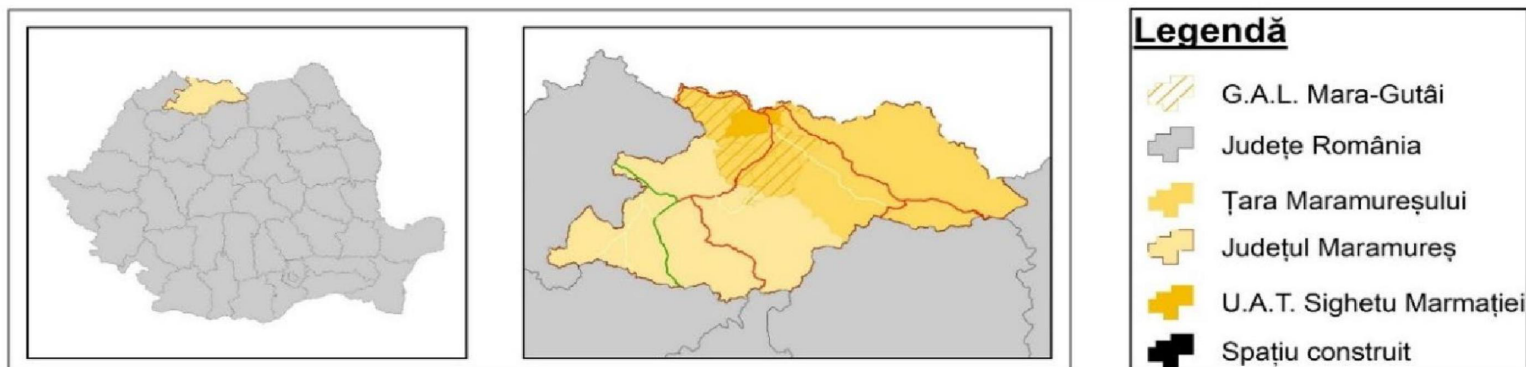


Fig. 5 Iapa - încadrare în context teritorial

În ceea ce privește structura etnică a localității, populația este majoritar română, existând puține persoane de altă etnie (maghiară sau ucraineană).

Relieful pe care se extinde localitatea este cel colinar, fiind brăzdat de numeroase văi secundare, fapt ce a impus anumite constrângeri asupra dezvoltării fondului locativ, reflectate în structura așezărilor, în general răsfirată, dar și cu trupuri risipite pe culmi, reprezentative pentru acest tip de relief.

Dezvoltarea spontană, cu zone risipite, reflectă păstrarea unor tradiții agropastorale (Zaharia et al., 2017). Astfel, activitățile de bază ale populației sunt bazate pe resursele locale. Locuitorii se ocupă cu agricultura de subzistență, deținând suprafețe mici în jurul casei, iar existența pășunilor a încurajat activitățile pastorale. O tendință a populației afirmată de unii localnici este comercializarea legumelor aduse de peste graniță. Proximitatea față de municipiul Sighetu Marmației a favorizat navetismul tinerilor spre locuri de muncă mai bine remunerate.

Se apreciază că locuințele cu arhitectură vernaculară din localitate au fost construite la sfârșitul secolului al XIX-lea-începutul secolului al XX-lea. Ca număr, preotul paroh al Parohiei Sighet IV Valea Hotarului, Viorel Fereșteanu, a estimat prezența a peste 100 case din lemn, iar cercetarea în teren a confirmat existența unui număr ridicat, atât în zonele accesibile din proximitatea căilor de acces principale, cât mai ales pe culmi, în areale mai izolate. Conform localnicilor intervievați, vechimea caselor variază între 30 și 60 ani, dar poate depăși chiar 100 ani în unele cazuri.

Simplitatea este termenul care definește arhitectura din partea vestică a Maramureșului istoric, de pe Valea Tisei. Încadrate în arhitectura lemnului, gospodăriile se integrează perfect în cadrul natural, resursele locale influențând alegerea materialelor de construcție: lemn de stejar și fag, piatră, lut. După cum precizează și Nelu Știrb, muzeograf la Muzeul Satului Maramureșean, „[...] *în funcție de etajarea pe verticală a vegetației, în zonele și satele mai înalte vom întâlni în construcții lemnul de esență moale, iar cum vom coborî spre văi vom întâlni și construcții din lemn de esență tare (stejar, fag)*”.

Ca elemente definitorii ale arhitecturii vernaculare din Iapa se remarcă locuința, anexele (Figura 7), dar se mai păstrează și câteva porți de lemn, cruci, fântâni din piatră și lemn, cuptoare de exterior - zidite din piatră și lut și acoperite cu draniță.

Gospodăriile sunt dispuse în general perpendicular sau paralel raportat la axul drumului, iar în jurul caselor se află anexele. Locuințele sunt construite pe un singur nivel, suprafața este redusă, au în componență maximum două odăi/camere și o cămară (pentru depozitarea alimentelor). La contactul cu solul era așezat soclul

din zidărie uscată de piatră, de aproximativ 50 cm înălțime atunci când casa este așezată pe teren plat; dacă terenul este în pantă, volumul adăugat este folosit ca pivniță poziționată sub una din încăperile casei (Zaharia et al., 2017). Peste soclu era pusă „talpa”, reprezentată de o bârnă de lemn de esență tare, de obicei stejar (Zaharia et al., 2017). Despre această esență lemnoasă se spune că „*trăiește chiar și 100 de ani*” (localnică, 75 ani). Apoi urmau pereții, construiți din bârne de lemn cu 20-25 cm grosime: „[...] *îmbinarea colțurilor se face prin cheotoare românească sau dreaptă, coadă de rândunică sau neamțească*” (Nelu Știrb, muzeograf). Pentru o izolare mai bună, între bârne era pus lut sau mușchi de copac, acestea permițând reglarea umidității interioare, protecția împotriva mușcăiului și a paraziților, dar și „*un aer bun*” în interior, după aprecierile locuitorilor (Zaharia et al., 2017).



Figura 7. Șură cu grajd, poartă de lemn și cuptor (de la stânga la dreapta)

Foto: Andreea Elena Traistă, 2019

Acoperișul este relativ înalt, înălțimea în termeni tehnici trebuia să fie de 3 ori înălțimea casei pentru a preveni prăbușirea acoperișului sub greutatea zăpezii. Alte caracteristici definitorii ale acoperișului maramureșean sunt cele patru ape, cu pante inegale două câte două (Zaharia et al., 2017). Ca învelitoare, inițial era folosit fânul, după care s-a trecut la draniță, care are „*o rezistență de până la 25 ani*” (Nelu Știrb, muzeograf). Sunt caracteristice „ochiurile” care în prezent au rolul de a ventila podul. Nu există coșuri de fum deoarece fumul era eliminat direct în pod, unde se conservau alimentele, dar și învelitoarea acoperișului, dranița (Zaharia et al., 2017). Lipsa hornului era însă și un mod de sustragere de la plata taxelor deoarece acestea se plăteau în funcție de numărul de fumuri „[...] *n-aveai fum, nu plăteai taxă. Fumul se ducea în pod*” (Nelu Știrb, muzeograf).

Un alt element arhitectural des întâlnit la locuințele din Iapa este prispa, care este dispusă pe o latură a casei, construită din stâlpi de lemn. Ferestrele au de obicei două canate, cu ancadrament simplu din lemn. Ușile sunt joase, construite din același material. Însă un motiv cu semnificații încifrate poate explica înălțimea redusă a

ușilor: „Înălțimea mică a caselor te obliga să îți apleci capul. De fapt, erai obligat să saluți, să dai un <Bună ziua!> proprietarului, altfel erai pe spate” (Nelu Știrb, muzeograf).

Anexele des întâlnite în localitate sunt șura cu grajd, care ocupă locul secundar ca importanță după locuință (Zaharia et al., 2017). Construită din lemn, aceasta avea rolul de a adăposti animale, unelte, iar în pod-fânul (Figura 7). Împrejmuirile sunt realizate din șipci de lemn și au o înălțime care permite vizibilitatea din spațiul public, nefiind o barieră vizuală în comunicarea dintre localnici.

În ceea ce privește localitatea Iapa, arhitectura vernaculară este rar întâlnită într-o stare de conservare foarte bună. Majoritatea locuințelor nu mai au acoperișul de draniță, acesta fiind înlocuit cu tablă, plăci ondulate din fibrociment sau țigle, uneori colorate strident, considerate o soluție mai ieftină și mai facilă. Un element care nu era utilizat înainte, dar s-a impus ca prezență datorită modernizării mijloacelor de încălzire este hornul, realizat din cărămidă sau tablă. Șopruul nu pare să fie caracteristic zonei, acesta fiind adăugat recent la construcția inițială.

„Ochii” din acoperiș mai pot fi vizibili doar la construcțiile în stare foarte bună, care au acoperiș de lemn. Locuințele cu acoperiș de tablă păstrează și ele o imitație de „ochi”, iar acoperișurile din țiglă sau azbociment nu mai au deloc aceste elemente. Este păstrat acoperișul în patru ape, cu pante inegale două câte două, dar înălțimea acestuia a fost redusă ca urmare a înlocuirii învelitorii. Pereții din bârne se mențin la majoritatea locuințelor, dar se remarcă tendința de vopsire a acestora în culori stridente, ceea ce reflectă influențele modernității. Un alt aspect care afectează imaginea tradițională a construcțiilor este extinderea casei inițiale cu un corp din alte materiale, rezultând un amestec arhitectural eterogen și neplăcut din punct de vedere estetic.

Prispa este menținută în starea inițială, iar în unele cazuri, schimbată și vopsită în culori intense (cărămiziu, albastru, oranj, verde). Se remarcă o tendință de adăugare a prispei la construcția inițială, ceea ce duce la o combinație nefastă dintre tradițional și modern.

Ferestrele sunt păstrate în starea lor inițială, au două sau trei canate, ancadramentul este simplu, din lemn. Dacă în trecut tâmplăria nu era vopsită, în prezent apare frecvent vopsită cu alb și mai rar cu albastru sau maroniu, ca răspuns al evoluției de la începutul secolului al XX-lea (Zaharia et al., 2017). În unele cazuri se remarcă o particularitate a Văii Tisei, areal în care se încadrează parțial și Iapa: existența ferestrelor cuplate, amplasate în centrul fațadei înguste dinspre stradă, cu ancadrament simplu (Figura 8) sau cu decorațiuni. Ca efect al modernității, în unele

cazuri, ferestrele inițiale au fost înlocuite cu cele de tip termopan, utilizându-se fie o tâmplărie cât mai aproape de formatul original (Figura 9), fie o tâmplărie PVC standard, albă, care alterează aspectul tradițional.



Figura 8. Ferestre cuplate, cu două canate subîmpărțite, cu tâmplărie de lemn vopsită în alb

Foto: Andreea Elena Traistă, 2019



Figura 9. Ferestre cuplate, cu două canate subîmpărțite, cu tâmplărie din PVC cu aspect de lemn

Foto: Andreea Elena Traistă, 2019

Ușile sunt din lemn, vopsite în alb, fără decorațiuni, cu dimensiuni reduse, unele având ochiuri, altele nu.

Talpa casei este păstrată intactă, în culori naturale. Există și locuințe unde talpa a fost vopsită cu negru, ceea ce contrastează cu nuanțele predominante. Soclul este din zidărie uscată de piatră în majoritatea cazurilor, există însă și situații când acesta a fost acoperit de un strat de ciment, împiedicându-se astfel „respirația naturală a soclului” (Zaharia et al., 2017).

Scările prin care se realizează intrarea în casă sau în pivniță sunt construite în prezent din lemn, beton și, mai rar, din piatră.

Anexele sunt păstrate, aproape în totalitate, cu acoperiș de lemn, culori naturale, dar există și excepții când acestea sunt acoperite cu tablă sau plăci ondulate din azbociment. Împrejmuirile sunt realizate în mare parte din șipci de lemn, respectă înălțimea tradițională, dar există și materiale de factură modernă (plasă, tablă sau fier forjat). Aspectul porților de lemn din localitate nu se compară cu grandoarea celor din alte zone ale Maramureșului. Pe lângă păstrarea acestora în formă inițială, cu puține decorațiuni, se mai observă și tendința de a le acoperi cu tablă și de a le vopsi în alte culori (de exemplu, cărămiziu).

Fântânile tradiționale din lemn au fost înlocuite (din raționamente de rezistență) cu cele din beton. Alte elemente din lemn care au fost păstrate sunt crucile și băncile.

Referitor la viitorul caselor tradiționale, Horia Vasile Scubli, primar al municipiului Sighetu Marmăției, susține că proprietarii trebuie stimulați financiar, altfel nu își vor păstra casele. Metodele de sprijin care pot fi acordate de consiliile locale sunt facilitățile fiscale, respectiv scutirea de la plata impozitelor, însă în opinia edilului, acestea nu sunt suficiente pentru a-i convinge pe oameni. Statul însă ar trebui să se ocupe de această problemă. Aceeași idee referitoare la stimularea financiară poate fi dedusă din următoarea afirmație: *„Acum 50 de ani, satele Maramureșului arătau cum arată muzeul ăsta. Mă gândeam că dacă în perioada respectivă exista o voință din partea celor care conduceau statul roman de a conserva Maramureșul, Bucovina și alte zone geografice cu particularitățile lor, nu se putea face decât printr-o lege. E o măsură coercitivă, dar în același timp și stimulativă. Pe om nu poți să îl obligi, trebuie să vii și să îl susții”* (Nelu Știrb, muzeograf). O altă idee de valorificare a caselor tradiționale, care ar putea fi aplicată și pentru Iapa, este studierea vechimii și importanței caselor tradiționale și introducerea lor într-un circuit turistic. Este dat și un exemplu de bună practică: inițiativa unei familii de germani pe valea Sasului, Botiza, care a cumpărat câteva case din Maramureș și le-a remontat. Au fost modernizate partea interioară și mansarda pentru turiști.

O problemă care este adusă în discuție este identitatea maramureșenilor în lumea globalizată. După părerea muzeografului, casele tradiționale de lemn reprezintă cel mai bine identitatea locală. Cât despre locuirea într-o casă de lemn, acesta afirmă că: *„Nu e o rușine să locuiești într-o casă de lemn. O casă de lemn poate să fie o casă foarte frumoasă, foarte elegantă, foarte modernă chiar”*.

O tendință care se observă din analiza interviurilor este mutarea caselor tradiționale în alte locații (din țară sau din străinătate). Există persoane din sat care se ocupă cu intermedierea vânzării terenurilor cu tot cu case, iar apoi casele sunt demontate, transportate și refăcute într-o altă locație.

Deschiderea localnicilor privind primirea unor vizite din partea turiștilor este afirmată și chiar încurajată: *„De ce să nu le dăm voie, că nu ne fac nimic, să se uite să vadă cum se trăia pe timpuri. Mai ales că tinerii din ziua de azi se duc în alte țări și lucrează și își fac case la orașe, nu le mai place la sat ...”* (localnică, 64 ani). Alții sunt mai sceptici în ceea ce privește interesul turiștilor pentru casele tradiționale: *„nu prea avem ce să le arătăm”*. Sunt însă și cazuri când localnicii au primit turiști care voiau să vadă cum arată o casă tradițională în interior.

Unii localnici au luat în considerare amenajarea unei camere pentru turiști în casa veche, dar inițiativa a rămas la nivel verbal. Există însă camere care au păstrat culorile inițiale și sunt decorate cu țesături cusute și cu vase de ceramică pictate manual.

Un număr redus de localnici închiriază temporar, pe perioada verii, eventualele case de lemn moștenite fie rudelor care stau în alte părți ale țării, fie cunoștințelor venite din alte țări, pentru care asigură și produse alimentare din propria gospodărie. Însă aceste case nu sunt închiriate și turiștilor deoarece activitatea turistică necesită îndeplinirea unor formalități legale pe care proprietarii nu doresc să și le asume.

În localitate există și inițiative de păstrare a unor elemente ale arhitecturii tradiționale. Între acestea se enumără construcția unui complex monahal și a unui muzeu, a unei unități comerciale sau chiar a unor case noi pentru care s-a utilizat lemnul ca material principal de construcție, dar care îmbină elementele de modernitate cu elemente ale arhitecturii tradiționale. De asemenea, se remarcă o inițiativă de utilizare a unei case vechi, abandonate, pentru a ajuta o familie săracă. În acest scop, casa a fost strămutată într-un loc mai accesibil.

Tipologia locuințelor

În urma cercetării pe teren s-au observat mai multe tipuri de locuințe, care ulterior au fost grupate pe categorii în funcție de stadiul de conservare, materialele de construcție utilizate și vechimea acestora (Figura 10). În acest mod au rezultat cinci categorii, fiecare cu propriile specificități (Tabelul 2.)

1. Locuințe în stare foarte bună

Acestea sunt puține la număr, regăsite mai ales în locurile mai izolate. Arhitectura este bine conservată, nefiind modificată aproape nicio componentă a construcției. Soclul este din zidărie de piatră uscată, talpa este netratată cu vopsea, pereții sunt construiți din bârne de lemn. Se respectă proporțiile dintre corpul casei și acoperiș. Ferestrele au două canate, sunt din lemn nevopsit sau vopsit cu alb, aceleași materiale și culori regăsindu-se și la uși. Acoperișul este din draniță, nu are horn, ci se păstrează „ochii” pentru ventilare. Se păstrează inegalitatea dintre laturile acestuia. Prisma este construită din lemn, dispusă pe o singură latură a casei. Treptele sunt constituite din plăci de piatră, fără lianți. Gardul este realizat din șipci de lemn.

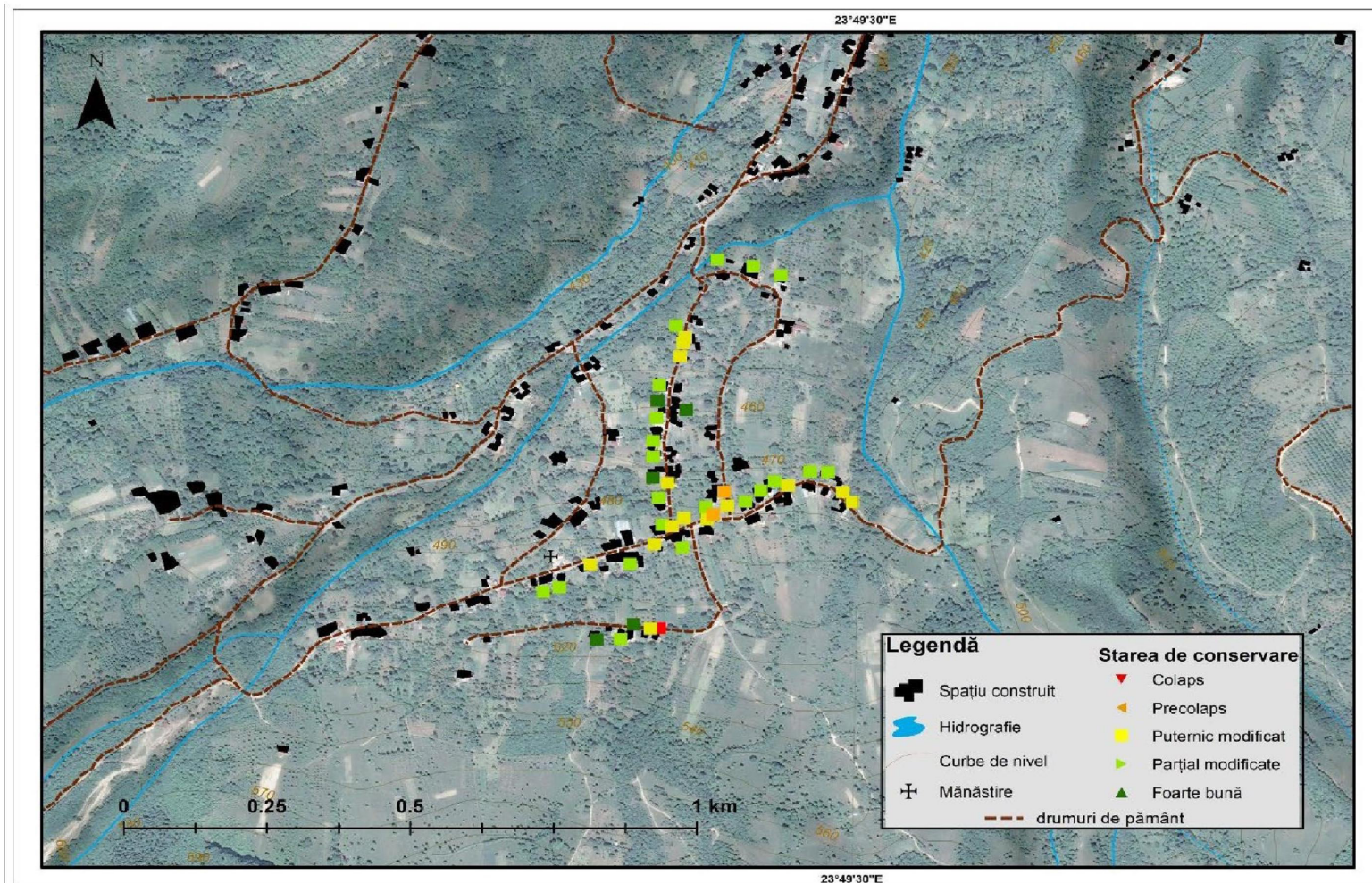


Fig. 10 Situația existentă în sectorul analizat

Tabelul 2. Tipologia locuințelor tradiționale din Iapa






1). Stare foarte bună	2). Parțial modificate	3). Puternic modificate	4). Precolaps	5). Locuințe noi cu elemente tradiționale
				
<ul style="list-style-type: none"> • puține numeric • cea mai bună stare de conservare • soclu din zidărie uscată • talpa din stejar, netratată cu vopsea • pereți din bărne de lemn • acoperiș din draniță - nu are horn • se păstrează „ochii” pentru ventilare • se respectă proporțiile • ferestre cu două canate subîmpărțite, ancadrament de lemn vopsit cu alb • prispă din lemn • trepte din plăci de piatră • gard de lemn 	<ul style="list-style-type: none"> • predomină numeric în peisaj • în unele cazuri, soclul este acoperit parțial sau total cu ciment pentru rostuire • talpă vopsită cu diverse nuanțe (negru, cărămiziu) • bărne de lemn lăcuite • înlocuirea acoperișului de draniță cu cel din tablă, țiglă sau plăci ondulate de azbociment • nu se păstrează „ochii” decât foarte rar • nu se respectă panta acoperișului • nu se respectă proporțiile • ferestre cu două sau trei canate, subîmpărțite, vopsite cu alb • lemnul de la prispă este vopsit • trepte din beton și gard de lemn 	<ul style="list-style-type: none"> • structura inițială tradițională puternic alterată • soclu acoperit total cu beton sau cu imitație de piatră • talpa și pereții vopșiți în culori stridente • adăugarea unui corp de beton (BCA) la casa de lemn • acoperiș din țiglă, tablă sau plăci ondulate de azbociment • apar ferestre cu tâmplărie PVC • închiderea prispei și adăugarea ferestrelor • elemente ornamentale (ex. coloane, balustradă din fier forjat, ciment) • gard de sârmă sau tablă • trepte din beton 	<ul style="list-style-type: none"> • nu sunt locuite • stare de degradare accentuată • acoperișul de draniță este degradat sau prăbușit • soclul acoperit cu ciment sau lut • talpa casei are culori naturale și păstrează materialele de construcție originale (piatră, lut) • pereții păstrează lemnul și culoarea originală • ferestre și uși din lemn, vopsite cu alb sau albastru • prispă din lemn • trepte din piatră naturală 	<ul style="list-style-type: none"> • lipsa elementelor structurale definitorii (talpa, îmbinarea bărnelor la colțuri) • păstrarea lemnului ca material de construcție principal, însă lăcuit • soclu din beton • acoperiș din tablă, plăci ondulate de azbociment sau țiglă • nu se păstrează proporțiile și „ochii” din acoperiș • ferestre și uși din PVC • prispă acoperită uneori cu o copertină de plastic sau tablă

Foto: Sebastian Andriesei (1, 3); Cosmina Ursu (2, 5); Roxana Bolosin (4)

2. Locuințe parțial modificate

Această categorie este predominantă în localitate și se diferențiază de locuințele bine conservate prin anumite elemente care sunt expresia modernității. Soclul este constituit din zidărie de piatră uscată în general, dar sunt și exemple când s-a utilizat ciment pentru rostuire sau s-a acoperit complet o fațadă cu ciment. Talpa este păstrată, dar vopsită cu diverse nuanțe (negru, cărămiziu). Pentru pereți se păstrează bârnele care, în anumite cazuri, sunt lăcuite

Proporția dintre acoperiș și corpul casei nu mai este păstrată ca urmare a înlocuirii acoperișului de draniță cu cel din tablă, țiglă sau plăci ondulate de azbociment, aceasta fiind caracteristica generală a acestei categorii. Apar hornurile și geamurile care înlocuiesc „ochii” din acoperiș. Ferestrele sunt din lemn, cu două sau trei canate, vopsite cu alb și mai rar cu albastru. Ușile sunt tot din lemn, vopsite cu alb și mai rar nevopsite. Prispa însă suferă modificări multiple: lemnul este înlocuit, vopsit în culori stridente (verde, albastru, maroniu, roșu). Treptele sunt realizate predominant din beton, mai puțin utilizate fiind piatra sau lemnul. Se păstrează gardul din lemn.

3. Locuințe puternic modificate

Din această categorie fac parte locuințele care au structura inițială tradițională puternic alterată. Soclul este acoperit total cu beton sau cu imitație de piatră. Talpa casei este vopsită în culori puternice, la fel ca și pereții. Se remarcă o adăugare a unui corp la casa inițială, acesta fiind construit din beton (BCA) sau în cel mai bun caz, din lemn. Există fațade care au fost acoperite total. Aceste corpuri noi au mai multe ferestre, cu două sau trei canate, fără a fi subîmpărțite, unele păstrează tâmplăria de lemn, însă altele au tâmplărie de PVC, toate respectând culoarea albă. Ușile sunt de lemn, vopsite cu alb sau chiar din PVC. Acoperișul nu mai respectă proporțiile, nici inegalitatea laturilor două câte două. Este folosit ca material și lambriul de plastic. Prispa este păstrată din lemn în puține cazuri, se observă o închidere a acesteia cu ferestre. Treptele sunt din beton. Unele locuințe păstrează gardul de lemn, altele deja utilizează sârma, tabla sau betonul. De remarcat este asocierea neomogenă dintre nou și vechi: unele locuințe au adăugat artificial o coloană de lemn sau beton sculptată în mod tradițional, care însă contrastează cu arhitectura existentă. Aceste coloane însă pot reprezenta modul proprietarilor de a-și susține identitatea locală.

4. Locuințe în precolaps

Ceea ce definește acest tip de locuințe este abandonul, acestea nefiind locuite. Se remarcă o stare de degradare accentuată, semnalată de degradarea acoperișului sau chiar prăbușirea acoperișului de draniță. Soclul este acoperit cu ciment, piatră sau lut, talpa casei este nevopsită, pereții păstrează lemnul și culoarea originală. Ferestrele și ușile sunt din lemn, vopsite cu alb. Este păstrată prispa din lemn, scările sunt din piatră naturală.

5. Locuințe noi cu elemente tradiționale

Aceste locuințe nu mai au structura inițială, însă păstrează ca material de construcție lemnul. Soclul este din beton, talpa este inexistentă în unele cazuri, corpul casei este constituit de plăci de lemn, vopsit sau lăcuit în majoritatea cazurilor. Acoperișul este din tablă, azbociment sau țiglă și nu păstrează proporțiile, având diverse înclinări. Ferestrele și ușile sunt din PVC, cu o culoare albă sau care o imită pe cea a lemnului. Puține construcții au păstrat prispa, aceasta fiind acoperită uneori cu o copertină de plastic sau tablă.

ANALIZA SWOT

Pentru a surprinde imaginea de ansamblu asupra patrimoniului vernacular a fost realizată o analiză SWOT prin care au fost reperate principalele puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări (Tabelul 3). Ca aspecte pozitive se remarcă existența unui număr mare de locuințe tradiționale de lemn, în diverse stări de conservare. Interesul unor localnici pentru conservarea arhitecturii tradiționale poate fi observat prin modul de construcție modern, însă păstrând ca material lemnul. Respondenții și-au afirmat deschiderea față de primirea unor turiști, precum și dorința de conservare, cel puțin pentru următorii ani, a locuințelor din lemn. Dintre punctele slabe trebuie subliniată tendința de modernizare a caselor tradiționale prin utilizarea unor elemente nespecifice zonei, precum și lipsa unor reglementări stricte în ceea ce privește modul de restaurare a acestora. Oportunitățile includ acordarea unor stimulente financiare sau a unor facilități pentru cei care au nevoie să-și restaureze locuința tradițională folosind tehnici tradiționale de construcție și în conformitate cu specificul local precum și pentru promovarea importanței arhitecturii maramureșene ca element identitar. Ca amenințări s-au

identificat migrarea tinerilor și înlocuirea caselor tradiționale cu cele moderne, care nu păstrează nimic din specificul locului.

Tabelul 3. Analiza SWOT a patrimoniului vernacular din Iapa

Puncte tari	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> • Existența unui număr mare de locuințe cu elemente de arhitectură vernaculară (peste 100); • Utilizarea resurselor locale (lemn de fag și de stejar, piatră, mușchi de copac, lut, argilă pentru vărui); • Existența unor inițiative actuale ale localnicilor de a utiliza lemnul pentru construcția de clădiri noi, cu păstrarea unor caracteristici ale arhitecturii tradiționale; • Existența unor proiecte de restaurare a unei case tradiționale în vederea amenajării unui muzeu; • Dorința de conservare și transmitere a locuințelor și a elementelor tradiționale generațiilor următoare; • Conștientizarea creșterii importanței arhitecturii tradiționale și a atractivității sale turistice; • Cunoașterea de către membrii comunității a unor exemple de valorificare turistică a patrimoniului arhitectural tradițional; • Receptivitatea comunității față de posibili vizitatori. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dispariția localnicilor care cunoșteau tehnicile de construcție specifice locului (ex. acoperișurile din draniță); • Lemnul utilizat în prezent nu corespunde cerințelor tehnice pentru realizarea draniței; • Slaba implicare a autorităților locale și a stakeholderilor în acțiunile de conservare a patrimoniului vernacular; • Infrastructura rutieră și turistică deficitară; • Lipsa unui inventar complet al caselor tradiționale; • Lipsa de cooperare între actorii locali și localnici; • Neîncrederea localnicilor privind potențialul turistic al zonei; • Lipsa unor reglementări stricte în ceea ce privește modul de construcție a locuințelor, ceea ce permite proliferarea „arhitecturii de împrumut”; • Costurile ridicate ale materialelor tradiționale de construcție și a întreținerii clădirilor; • Vânzarea caselor la prețuri modice; • Asocierea negativă a locuirii într-o casă de lemn cu un statut social scăzut; • Tendința de înlocuire a tâmplăriei tradiționale de lemn cu cea modernă din PVC; • Strămutarea caselor tradiționale în alte locații din țară sau străinătate.
• Oportunități	• Amenințări
<ul style="list-style-type: none"> • Deschiderea localnicilor spre dezvoltarea fenomenului turistic și totodată asupra infrastructurii de cazare și alimentație; 	<ul style="list-style-type: none"> • Scăderea numărului de locuitori; • Migrarea tinerilor și, implicit, scăderea interesului pentru gospodăriile tradiționale pe care le moștenesc;

<ul style="list-style-type: none"> • Alocarea de suport financiar (de la bugetul local/ ONG/ fonduri europene) sau acordarea altor facilități din partea autorităților locale pentru restaurarea și/sau conservarea patrimoniului vernacular; • Realizarea de parteneriate între membrii comunității locale pentru oferirea spre consum a produselor din producția proprie, atât pentru comunitatea locală cât și pentru potențialii turiști; • Dezvoltarea turismului cu formele lui specifice (turismul rural, agroturismul sau turismul verde) și asimilarea acestei forme de către actorii locali; • Promovarea arhitecturii maramureșene ca element identitar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Îmbătrânirea demografică și creșterea numărului de gospodării care, în timp, nu vor mai fi întreținute; • Contaminarea arhitecturii tradiționale maramureșene cu elemente alohtone.
---	--

PROPUNERI

Crearea și dezvoltarea unui brand de destinație este indispensabil datorită potențialului natural și antropic de care dispune aceasta și, în același timp, pentru a-i descrie unui potențial consumator și a-i aduce la cunoștință experiențele pe care le poate oferi destinația. Unul dintre atuurile arealului constă în existența patrimoniului vernacular pe plan local, cu posibilități reale de valorificare și promovare prin acțiuni și strategii de marketing bine realizate. Pentru parcurgerea acestor direcții de dezvoltare se recomandă stabilirea unor parteneriate și totodată colaborarea cu specialiști în marketing.

Pentru valorificarea patrimoniului vernacular din Iapa există mai multe paliere de propuneri.

Un prim nivel se referă la măsurile care trebuie luate pentru fiecare categorie identificată ca fiind reprezentativă, specificitățile fiecăreia fiind cuprinse în Tabelul 2. Numărul redus de locuitori care mai cunosc tehnicile de construcție - în general persoane în vârstă, care și-au construit ei înșiși casa și anexele cu decenii în urmă - precum și lipsa meșterilor locali care să cunoască în detaliu tehnica tradițională de construcție și cea de realizare a draniței pot fi suplinite prin stimularea interesului pentru aceste tehnici și crearea unor ateliere de lucru pentru instruirea localnicilor

interesați, care ulterior să-și exerseze abilitățile prin restaurarea locuințelor în stare de precolaps. În acest mod s-ar asigura transmiterea meșteșugului din generație în generație, cu acoperirea deficitului de meșteri și în satele învecinate, această acțiune având efecte pe termen lung. Un alt parteneriat care s-ar putea realiza ar fi cu Facultatea de Arhitectură și Urbanism din cadrul Universității Tehnice din Cluj-Napoca, în care studenții să fie invitați să desfășoare stagii de practică în localitate cu beneficii de ambele părți: restaurarea locuințelor tradiționale, pe de-o parte, și formare profesională, pe de altă parte.

Dat fiind faptul că dezvoltarea locală se încadrează în tipul „bottom-up”, aceasta trebuie să plece de la bază, de la conștientizarea importanței patrimoniului vernacular de către localnicii înșiși. Se pot crea ateliere de lucru, sesiuni de informare și promovare a conservării fondului construit tradițional atât pentru păstrarea identității locale maramureșene, cât și ca mijloc de dezvoltare a turismului cu urmări benefice asupra dezvoltării întregii comunități. Autoritățile locale pot interveni prin acordarea unui suport financiar, realizarea parteneriatelor cu diverse organizații care să desfășoare activități cu localnicii, dar și prin consilierea antreprenorilor care vor să investească în domeniul turistic în legătură cu sursele de finanțare disponibile (de exemplu, PNDR 2014-2020 Măsura 6. Dezvoltarea exploatațiilor și întreprinderilor cu cele două submăsuri: 6.2. Sprijin pentru înființarea de activități neagricole în zone rurale și 6.4. Investiții în crearea și dezvoltarea de activități neagricole sau Măsura 7. Servicii de bază și reînnoirera satelor în zonele rurale, cu deosebire Submăsura 7.6. Investiții asociate cu protejarea patrimoniului cultural).

O altă categorie de propuneri are ca idee centrală includerea localității într-un traseu turistic mai amplu. Având în vedere existența unui obiectiv turistic situat în municipiul Sighetu Marmației care promovează arhitectura tradițională (Muzeul Satului Maramureșean) se poate realiza un parteneriat prin care să fie promovată Iapa ca spațiu de vizitare a unor gospodării tradiționale (muzeu viu). Astfel, după vizitarea acestui muzeu care este recunoscut pe plan național și internațional, turiștii pot fi sfătuiți să viziteze și cartierul Iapa, unde pot găsi gospodării tradiționale de lemn funcționale, conservate in situ. De asemenea, pentru promovare pot fi realizate pliante informative care să fie distribuite atât la Muzeu, la Centrul de Informare Turistică a municipiului, cât și în alte obiective turistice din împrejurimi. În plus, se poate crea o pagină distinctă pe website-ul oficial al municipiului sau chiar o pagină web distinctă care să conțină date și informații de interes despre Iapa, hărți cu trasee turistice și fotografii.

Pentru a se asigura o vizibilitate mai bună, la intersecția dintre DN 19 și strada Valea Apei poate fi amplasat un panou informativ prin care să se semnalizeze

existența în lăpa a unor trasee turistice axate pe prezența elementelor de patrimoniu vernacular (Figura 11). Pentru o accesibilitate mai bună este nevoie de modernizarea infrastructurii edilitare, care să încurajeze aflulul de turiști. Se impune asfaltarea unei căi de acces până la mănăstire și amenajarea unor spații de parcare. În zonele mai izolate de pe versanți se pot amenaja poteci pietruite, pentru a nu deteriora aspectul natural al zonei.

Conceperea traseului turistic ar trebui să deuteze cu realizarea unui inventar complet al numărului și al stării construcțiilor tradiționale. Trebuie actualizată, de asemenea, situația juridică a fiecărei gospodării (dacă are proprietar, dacă există cineva care se ocupă de întreținerea construcțiilor sau dacă este abandonată). În urma studierii arhitecturii locale se poate stabili introducerea construcțiilor cu o stare de conservare foarte bună pe Lista Monumentelor Istorice. Astfel, proprietarii ar putea beneficia de scutirea sau reducerea taxelor și impozitelor pe clădiri. Studiul detaliat al locuințelor poate fi utilizat pentru realizarea unor panouri informative bilingve (română și engleză) pentru fiecare casă, care să conțină: anul/perioada construcției, materialele de construcție utilizate, funcția construcției. De asemenea, casele pot primi denumiri care să le individualizeze față de celelalte (un nume al proprietarului, o informație despre povestea casei) care să atragă curiozitatea turiștilor. Suplimentar se poate atașa un cod QR cu informații detaliate legate de istoria caselor, modul de construcție, planul casei. Desigur, pentru o implicare activă a localnicilor, povestea fiecărei case poate fi transmisă pe cale orală de către proprietari sau de ghizi specializați, pentru parcurgerea traseului putând fi percepută o taxă.

În urma realizării inventarului se pot stabili trasee turistice indicate prin săgeți, care să fie reprezentate prin diverse simboluri pe hărți. Acestea se vor regăsi în broșura informativă despre localitate. Concret, traseul ar cuprinde o rută principală, care deutează cu o porțiune de stradă asfaltată de la intersecția cu DN 19 dinspre Sighetu Marmăției până la un anumit punct unde se poate amenaja un spațiu de parcare. Traseul efectiv poate fi observat în Figura 11 și cuprinde principalele gospodării aflate în stare bună și foarte bună de conservare, precum și complexul monahal. Traseul secundar cuprinde zonele mai răsfirate ale satului, acesta fiind destinat turismului de recreere.

Alte trasee pot fi cele cicloturistice, întinse pe distanțe mai mari, care includ și puncte de belvedere. În aceste puncte se pot amenaja spații de agrement care să fie dotate cu mobilier din lemn (bănci, mese), spații pentru hamace, un binoclu panoramic pentru admirarea peisajului.

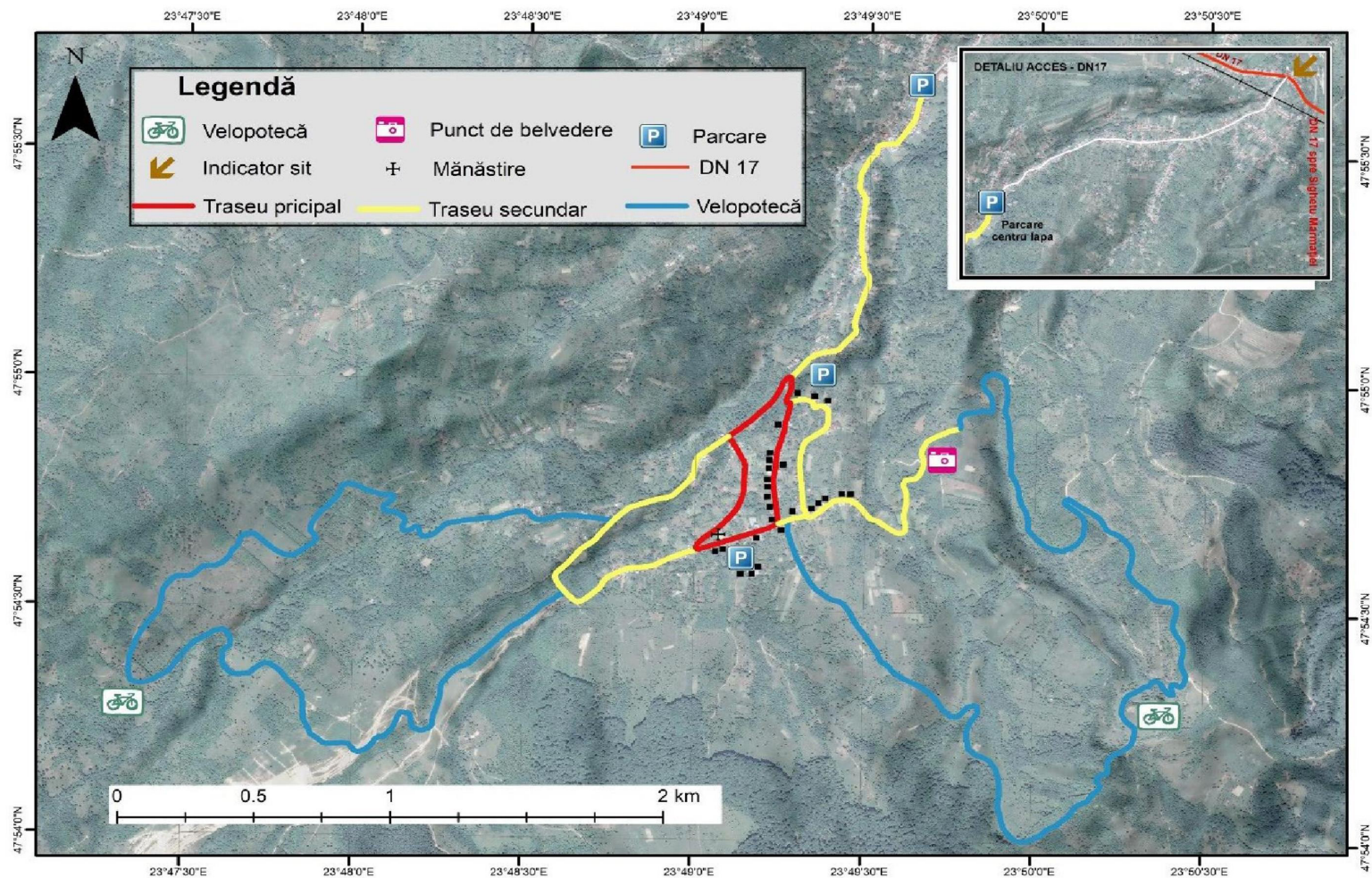


Fig. 11 Propunere de amenajare a unui traseu turistic

De asemenea, pe teritoriul analizat există deja trasee montane marcate cu cruce care pot fi valorificate.

Pe lângă vizitarea caselor și ascultarea poveștii acestora relatată de către proprietar, turiștii ar avea posibilitatea de a participa la activitățile zilnice (cosit, agricultură, păstorit), fiind încurajată dezvoltarea agroturismului în zonă. Datorită acestor activități, turistul poate avea parte de o experiență care să îl determine să revină în zonă și să contribuie la promovarea turistică.

Pentru a se încuraja o ședere îndelungată a turiștilor, se pot amenaja structuri de cazare în camerele libere puse la dispoziție contra cost de localnici. Casele nelocuite pot fi restaurate și modernizate (se pot introduce apa curentă, utilitățile) pentru a întruni condițiile corespunzătoare de cazare. Totuși, trebuie avută în vedere păstrarea caracterului tradițional al decorațiunilor interioare. De asemenea, pe lângă unitățile de cazare, trebuie avută în vedere și construirea unor unități de alimentație publică, unde să existe preparate tradiționale bazate preponderent pe produsele agricole locale.

Pentru diversificarea ofertei turistice, pe lângă traseul turistic tematic menționat se pot amenaja și marca trasee montane și cicloturistice. În anumite perioade ale anului se pot organiza activități recreaționale (plimbări cu sania, cu căruța). În zona cea mai înaltă și cu o vizibilitate bună se poate amenaja un punct de belvedere, de unde să se poată admira valea și peisajul cultural local. În acest sens pot fi amplasate bănci și pot fi amenajate terase de lemn, în stil tradițional, ca spații destinate socializării și agrementului.

La nivel național există structuri administrative care se ocupă de finanțarea proiectelor privind conservarea patrimoniului cultural. De exemplu, Administrația Fondului Cultural Național (AFCN) finanțează proiecte care susțin creația contemporană românească și valorizarea patrimoniului, ce contribuie la buna înțelegere a fenomenelor artistice precum și la accesul cât mai larg al publicului la cultură.

Desigur, pentru fiecare categorie de gospodării se impun anumite măsuri în funcție de starea de conservare. Locuințele care au acoperișuri din tablă sau azbociment pot fi incluse într-un program de reabilitare prin intermediul căruia acoperișurile existente să fie înlocuite cu draniță, acțiune realizată cu acordul sau chiar cu implicarea proprietarului.

Din punct de vedere cromatic, se recomandă utilizarea nuanțelor naturale, atât pentru acoperișuri și corpul principal al clădirii, cât și pentru elementele secundare (prispă, garduri). Ferestrele și ușile trebuie să respecte arhitectura casei și este recomandată evitarea necontrolată a influențelor moderne (tâmplăria PVC, uși

și garduri metalice). Un prim pas în acest sens este diseminarea informațiilor din *Ghidul de arhitectură pentru încadrarea în specificul local din mediul rural. Țara Maramureșului* (Zaharia et al., 2017), un instrument care poate deveni util și în activitatea administrației publice locale.

Pentru conservarea și păstrarea identității locale se recomandă impunerea unor măsuri prin care să se stopeze fenomenul care a prins amploare în ultimii ani, cel de strămutare a caselor cu valoare de patrimoniu în alte zone. Proprietarii pot fi stimulați financiar în acest sens.

CONCLUZII

Pentru a putea rezuma principalele puncte prezentate în studiul realizat vom avea în vedere situația existentă prin analizarea teritoriului conform cercetării bibliografice, dar și celei de teren, din care au rezultat punctele tari și slabe observate în areal, dar și posibilele oportunități și amenințări. Aceste demersuri au fost realizate pentru a argumenta relevanța temei alese și totodată pentru a propune direcții de dezvoltare cu scopul valorificării arhitecturii vernaculare.

Ipoteza de la care am pornit, conform căreia în Iapa există un potențial arhitectural vernacular încă nevalorificat, s-a confirmat în urma cercetărilor bibliografice și de teren (observația directă, interviurile cu localnici și stakeholderi).

Patrimoniul vernacular se definește prin arhitectura tradițională a locuințelor cu componentele acesteia (acoperiș, prispă, ferestre, uși), anexele aferente, porțile de lemn, dar și crucile și fântânile specifice culturii locale. În urma analizei de teren și a discuțiilor cu localnicii și stakeholderii asupra valorii și stării de conservare a elementelor patrimoniului vernacular, deducem că în viziunea acestora există un grad moderat de conștientizare față de importanța arhitecturii tradiționale, care poate să ducă la pierderea elementelor identitare în cazul în care nu se intervine prin intermediul unor acțiuni de informare. Însă, fără un sprijin din partea autorităților, admitem că localnicilor le este dificil să se implice singuri în activitatea de restaurare, conservare și valorificare a elementelor care dau valoare locului.

Prin documentarea în teren am identificat starea actuală de conservare a elementelor arhitecturale tradiționale dintr-un sector al arealului supus analizei. Rezultatele au evidențiat faptul că în funcție de starea de conservare, de materialele de construcție utilizate și de vechimea acestora, locuințele pot fi grupate în cinci categorii: locuințe cu stare de conservare foarte bună, locuințe parțial modificate, puternic modificate, în precolaps, case noi cu elemente tradiționale. Dintre acestea, categoria locuințelor parțial modificate este predominantă. Din cauza lipsurilor

financiare, casele tradiționale și terenurile din areal intră în posesia unor persoane care nu fac parte din comunitatea locală, acestea valorificându-le în alte scopuri decât cel al conservării arhitecturii locale, ajungându-se la devalorizarea elementelor de arhitectură.

Dintre beneficiile locale și regionale ale conservării patrimoniului vernacular amintim păstrarea identității arealului, dezvoltarea turismului prin promovarea la nivel regional, național și internațional a acestui posibil brand local, dar totodată și trezirea interesului investitorilor, cu posibilitatea creării unor parteneriate între aceștia și autoritățile locale cu scopul a beneficia și de o susținere, necesară atât în activitatea turistică, cât și în viața comunității locale.

Tot ancheta de teren a evidențiat câteva disfuncționalități legate de percepția oamenilor în legătură cu importanța conservării caselor tradiționale, care nu este cea mai favorabilă în acest sens, dar și de asocierea locuirii într-o casă din lemn cu un statut social scăzut; reducerea numărului meșterilor specializați în tehnicile tradiționale de construcție, cu deosebire de realizare a draniței; lipsa unei inventarieri a gospodăriilor care încă își păstrează elementele tradiționale; inexistența unor parteneriate între localnici și autoritățile locale sau diverse asociații/ONG-uri; lipsa unor reglementări legate de tipologia viitoarelor construcții și, nu în ultimul rând, noile influențe pătrunse în construcția caselor (tâmplărie de tip PVC, alăturarea nefericită a unor structuri din BCA etc.).

Încurajând eventualele studii care vor fi axate pe analiza în detaliu a arhitecturii vernaculare din Iapa, se recomandă ca atenția să fie concentrată pe următoarele elemente cheie de dezvoltare: realizarea unui inventar sistematic al elementelor de patrimoniu vernacular, informarea localnicilor cu privire la importanța conservării și promovării valorilor locale, expansiunea fenomenului turistic prin implicarea comunității locale în parteneriat cu autoritățile, organizarea unor cursuri de calificare profesională adresate populației locale, realizarea unor circuite tematice regăsite în activitatea turistică a agenților economici. Iar în final, pentru o valorificare dezirabilă, este indicată promovarea la o scară mai mare și totodată crearea unui brand de destinație. Prin urmare, reies câteva demersuri care pot fi realizate prin stabilirea unor parteneriate și, în același timp, colaborarea cu specialiști sau firme de profil specializate în marketing. Aceste direcții sunt urmate în detrimentul extinderii, dar și a dobândirii unor proporții considerabile în ceea ce privește fenomenul turistic.

BIBLIOGRAFIE

- Cultural Heritage without Borders Albania** (2006), *100 Roofs: Preventive Conservation of Vernacular Heritage in Serbia*,
<http://chwb.org/albania/activities/100-roofs-preventive-conservation-of-vernacular-heritage-in-serbia/>, accesat în 6.06.2019.
- Dăncuș M.** (2010), *Arhitectura vernaculară și alte valori ale culturii populare în colecțiile Muzeului etnografic al Maramureșului*, Dacia XXI, Cluj-Napoca.
- DIGI24 HD** (2017), *Satul din Transilvania propus pentru lista UNESCO*,
<https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/satul-din-transilvania-propus-pentru-lista-unesco-715848>, accesat în 6.06.2019.
- ICOMOS** (1999), *Charter on the Built Vernacular Heritage*, International Council on Monuments and Sites.
- Kovács K.** (2003), *Timpul monumentului istoric*, Edit. Paideia, București.
- L'Écomusée d'Alsace** (2019), <https://www.ecomusee.alsace/fr/>, accesat în 21.05.2019.
- Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale** (2015), *Arhitectura tradițională*, Publicația tematică nr. 35, an II, Rețeaua Națională de Dezvoltare Rurală, Unitatea de Sprijin a Rețelei, Departamentul Publicații, București.
- Parlamentul României** (2001), *Legea nr. 422 din 18 iulie 2001 privind protejarea monumentelor istorice*, Monitorul Oficial al României, nr. 407 din 24 iulie 2001, republicată, cu modificările și completările ulterioare.
- Parlamentul României** (2017), *Legea nr. 209 din 3 noiembrie 2017 pentru modificarea și completarea Legii nr. 227/2015 privind Codul fiscal*, Monitorul Oficial al României, nr. 875 din 7 noiembrie 2017.
- Pârvu Adela** (2014), *No, c-o venit un englez să facă hotel la țară în case tradiționale din Maramu*, 28.04.2014, <https://adelaparvu.com/2014/04/28/no-c-o-venit-un-englez-sa-faca-hotel-la-tara-in-case-traditionale-din-maramu/>
<https://adelaparvu.com/2014/04/28/no-c-o-venit-un-englez-sa-faca-hotel-la-tara-in-case-traditionale-din-maramu/>, accesat în 15.05.2019.
- Primăria Municipiului Sighetu Marmației** (2017), *Strategia de Dezvoltare Urbană a Municipiului Sighetu Marmației 2017-2023*.
- Ștef D.** (2016), *Dicționar etimologic al localităților din județul Maramureș*, Edit. Ethnologica, Baia Mare.

Știrile ProTV (2017), *O arhitectă adună bani pe Facebook pentru salvarea caselor tradiționale, aflate în paragină: „Lumea a început să reacționeze”*, 25.01.2017 <https://stirileprotv.ro/stiri/salveaza-romania-frumoasa/o-arhitectura-strange-bani-pe-facebook-pentru-salvarea-caselor-traditionale-aflate-in-paragina-lumea-a-inceput-sa-reactioneze.html>, accesat în 6.06.2019.

Zaharia Laura - coord. (2017), *Ghid de arhitectură pentru încadrarea în specificul local din mediul rural. Țara Maramureșului*, Ordinul Arhitecților din România.

Zaharia Laura - ed. (2015), *Maramureș VERNADOC 2014 - Petrova, Maramureș România*, Ordinul Arhitecților din România, filiala Nord Vest, Baia Mare.



VALORIFICAREA GASTRONOMIEI UCRAINENE. STUDIU DE CAZ: PENSIUNEA POIANA CORNET, RONA DE SUS

Ionela-Roxana BOLOSIN¹

Mioara-Mădălina BUZATU²

Mădălina-Diana GRIGORAȘ³

Bogdan-Constantin MIRCEA⁴

Gabriela-Anamaria VARI⁵

¹ Masterandă, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

² Masterandă, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

³ Studentă, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

⁴ Student, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

⁵ Elevă, Colegiul Național „Gheorghe Șincai”, Baia Mare.

REZUMAT – Localizată într-un teritoriu cu o identitate clar conturată de prezența comunității ucrainene, Pensiunea Poiana Cornet se remarcă ca fiind un promotor al turismului gastronomic. Carențele existente în valorificarea reală a serviciilor pe care le oferă această pensiune, bazate pe resursele de factură culturală existente în teritoriu, reclamă găsirea imediată a unor soluții. Prezentul studiu și-a propus, prin utilizarea unor metode, precum documentarea bibliografică, ancheta sociologică, metoda cartografică, analizarea perspectivelor de promovare a bucătăriei ucrainene ca un element de specificitate și atractivitate teritorială în practicarea turismului gastronomic. Obiectivul general a constat în elaborarea unor materiale de promovare turistică pentru Pensiunea Cornet, implicit prin valorificarea localității Rona de Sus. Rezultatele s-au materializat în crearea unui material de promovare turistică (harta-broșură) pentru Pensiunea Poiana Cornet, respectiv în formularea concretă a unor recomandări menite a contribui la dezvoltarea turismului gastronomic și la revitalizarea socio-economică a arealului analizat.

Cuvinte cheie: Rona de Sus, comunitate ucraineană, turism gastronomic, promovare turistică, identitate teritorială

INTRODUCERE

Justificarea temei

Comuna Rona de Sus face parte din cele câteva comunități situate la frontiera României cu Ucraina, cu un contingent ridicat, aproape majoritar, de populație ucraineană. O comunitate care s-a individualizat în teritoriu, prin propria arhitectură, stil de viață, obiceiuri, port popular, grai sau gastronomie locală. Unele din aceste elemente, exceptând în mod vizibil limba, au cunoscut tot felul de schimbări, diluându-se treptat. În ceea ce privește gastronomia locală, dincolo de ceea ce se mai păstrează în propriile gospodării, parte din preparatele locale se regăsesc sau se pot regăsi în oferta turistică a unor unități de cazare sau alimentație publică din zonă. Din acest motiv, Pensiunea Poiana Cornet din Rona de Sus se identifică cel mai mult cu ideea de promotor al culturii ucrainene, inclusiv prin promovarea gastronomiei ucrainene.

Pe parcursul unei călătorii, un turist intră în contact cu istoria, tradiția și cultura aceluia loc, printre experiențele testate fiind inclusiv contactul cu bucătăria locală. Pe de altă parte, plusul de valoare adus de practicarea unui turism gastronomic prezintă avantaje atât pentru comunitatea locală cât și pentru experiența culturală și educația turistică a celor care agreează o astfel de formă de turism. În plus, turismul bazat pe comunitate este conectat direct la capacitatea

comunității de a se proteja de amenințările cu privire la pierderea identității, iar valorificarea acestor calități gastronomice stă la baza studiului de față, pentru a perpetua și promova rețetele autentice ucrainene.

Obiective

Articolul are drept obiectiv principal crearea unor materiale de promovare turistică care să valorifice gastronomia ucraineană, având ca studiu de caz Pensiunea Poiana Cornet.

Planificarea unui turism gastronomic asumat și reprezentativ în comuna Rona de Sus are drept scop obținerea unor beneficii socio-economice, consolidând totodată și identitatea ucraineană. Ca obiective specifice urmărite în cadrul prezentului studiu amintim:

- promovarea imaginii comunității locale și consolidarea identității culturale, prin organizarea unor evenimente cu specific gastronomic ucrainean, festivaluri sau ateliere în ideea preparării unor rețete și bucate tradiționale pentru educarea generației tinere cu privire la valorile gastronomice autentice;
- îmbunătățirea cooperării dintre și între pensiuni și stakeholderi pentru valorificarea rețetelor autentice, pentru diseminarea și promovarea valorilor tradiționale;
- promovarea produselor agroalimentare locale;
- crearea unor materiale de promovare pentru Pensiunea Poiana Cornet, cu accent pe oferta turistică gastronomică.

Elemente de identitate reflectate în turismul gastronomic

Turismul gastronomic își are originile la începutul anilor 2000, regăsit și sub genericul *turism culinar*, *turism enogastronomic* sau *turism alimentar*. De-a lungul timpului, cultura culinară a fost influențată de schimbările care au avut loc în societatea noastră în urma globalizării, modernizării și urbanizării, astfel că extinderea spectrului gastronomic a urmărit o creștere rapidă (Hjalager, 2002; Hall & Sharples, 2003; Hall & Mitchell, 2005).

Turismul gastronomic este reprezentat de căutarea unor experiențe culinare inedite, capabile să satisfacă gusturile, cu cele mai deosebite alimente și băuturi, într-o călătorie turistică (Diaconescu et al., 2016).

În literatura internațională de specialitate, deseori, practicarea turismului culinar se asociază cu conceptul de enogastronomie, înțeles ca o formă de turism

prin care se valorifică tipurile de mâncare și vinuri locale (Grönroos, 2009; Dante & Giacomo, 2015; Privitera et al., 2018). Astfel, enogastronomia este o componentă a identității regionale și un element care diferențiază oferta unei comunități de celelalte, iar această perspectivă coincide și cu dorințele turiștilor pentru o vacanță (Viango, 2003).

Dezvoltarea unor forme de turism de nișă, precum cel experiențial, se bazează, deopotrivă, pe valorificarea resurselor locale, inclusiv cele de natură gastronomică. Turismul experiențial se remarcă prin caracterul activ caracterizat prin implicare, spirit critic și creativitate. Turiștii sunt în permanentă căutare de experiențe noi și diverse. Pe lângă serviciile tradiționale oferite își doresc o îmbinare cu cerințele moderne pentru includerea a cât mai multor elemente experiențiale în oferta lor, cum ar fi workshopurile de gătit pentru oaspeți, atât pentru cei mici, cât și pentru cei mari, degustări de produse locale sau chiar însușirea unor aptitudini noi în domeniul gastronomic. Aici provocarea intervine în rândul gazdelor care trebuie să aducă o tușă de creativitate și originalitate pentru a fi autentici și căutați pe piața turismului gastronomic.

În turismul gastronomic, produsul alimentar este perceput ca un simbol al comuniunii, ca o legătură socială esențială (mese de sărbători în familie, mese de afaceri etc.), alteori este văzut ca o „emblemă” reprezentativă pentru o zonă geografică, ca un brand prin care localnicii se recunosc și se promovează (Poulain, 1985; Herpin, 1988 cit. de Bessière, 2002). În România, există o varietate de produse care pot fi valorificate ca produse simbol: brânza, carnea, peștele, fructele, vinul, ceaiul, gemurile și compoturile sau alte produse tradiționale înrudite (Găină, 2013).

Hall (2005) menționează că sunt anumiți pași meniți a fi luați în considerare când vine vorba de călătoriile de tip gastronomic ale turiștilor:

- înainte de vizită - turiștii mănâncă la casele lor sau iau mâncare pe drum;
- călătoria - produsele locale încep să fie consumate de vizitatori;
- excursia în sine - momentul în care turiștii încep să exploreze bucătăria locală;
- produsele care se întorc - produsele locale sunt cumpărate pentru a fi mâncate pe drum;
- faza finală - momentul în care produsele cumpărate din țara vizitată sunt consumate acasă.

Practicarea turismului gastronomic are beneficii multiple, ele fiind vizibile în dezvoltarea economică locală. În perioada actuală, turismul gastronomic este văzut ca fiind un „modus vivendi” a omului modern (Gajic, 2012), iar o treime din cheltuielile turiștilor sunt direcționate spre hrană (Quan & Wang, 2004). De

asemenea, turismul gastronomic poate fi un contribuitor semnificativ al procesului de localizare identitară, dar și de conștientizare a comunității locale cu privire la importanța conservării și valorificării identității și culturii locale, iar beneficiile, în acest caz, pot fi multiplicare atâta timp cât populația este dispusă să investească, să inoveze, să promoveze valorile locale (Gajic, 2012).

Din punct de vedere al relației mâncare tradițională - identitate teritorială – turism, turiștii se regăsesc în 3 ipostaze, respectiv persoane interesate de noi experiențe culinare, persoane care nu își aleg destinația turistică obligatoriu pentru degustarea produselor alimentare tradiționale și specifice, dar gustă preparate reprezentative bucătăriei tradiționale specifică zonei vizitate și turiștii care participă ocazional la aceste oferte, în timpul călătoriei. Experiența, în cazul acesta, trebuie să fie pe măsura așteptărilor, influențată fiind de gust, costuri, satisfacție și calitate, acestea generând un anumit comportament din dorința de a repeta sau nu experiența (Frâncu, 2013).

Destinațiile caracterizate de turismul gastronomic ar trebui să contureze un mesaj credibil și autentic cu privire la produsele pe care le oferă. Bucătăria a devenit un element valoros în cunoașterea culturii și a stilului de viață a populației dintr-un teritoriu. Aceasta înmagazinează toate valorile tradiționale asociate cu noile tendințe din turism: respectul pentru cultură și tradiție, un stil de viață sănătos, autenticitatea, durabilitatea și sentimentele asociate cu acesta. De asemenea, gastronomia reprezintă o oportunitate de revigorare și diversificare a turismului, de promovare și dezvoltare a economiei locale (Bessière, 2002).

Contextul economic al practicării turismului gastronomic

Practicarea turismului gastronomic în localitatea Rona de Sus poate avea atât efecte pozitive, cât și negative. Pentru a diminua consecințele mai puțin favorabile, este necesară o planificare turistică riguroasă. Efectele benefice imediate sunt date de promovarea, dar și consolidarea identității culturale și spirituale a comunității locale, care merge mână-n mână cu ideea îmbunătățirii condițiilor de viață a localnicilor și a calității produselor în concordanță cu cerințele dezvoltării durabile a turismului gastronomic. Pe lângă efectele economice pozitive, mai există și o serie de efecte sociale mai puțin pozitive, care se manifestă prin lărgirea orizontului de gândire a locuitorilor și o cerere intensivă pentru produsele cultivate și administrate la nivel local.

Având în vedere că turismul gastronomic este într-o continuă dezvoltare, este nevoie și de noi instrumente pentru promovarea unor activități inedite: crearea unei versiuni speciale pentru preparatele locale specifice, participarea la

demonstrațiile specialistului culinar, înregistrarea localnicilor ca ambasadori culinari, management și marketing inteligent, evenimente culinare, de demonstrație, de degustare sau specifice sărbătorilor, broșuri și pliante atractive, parteneriat și colaborare bazată pe comunitate (Schmantowsky, 2014; Robson, 2010).

Dezvoltarea turismului culinar, mai cu seamă în zonele rurale, are nevoie de sprijinul agențiilor de turism, respectiv din partea autorităților naționale pentru a prinde la public, cu atât mai mult cu cât micii întreprinzători nu au notorietate și nici nu își permit campanii publicitare pentru produsele lor culinare (Diaconescu et al., 2016).

La nivel european, există câteva inițiative care susțin valorificarea gastronomiei locale. În acest sens, reamintim proiectul ce are în vedere acordarea titlului de *Regiune Gastronomică Europeană* unor entități teritoriale, în scopul valorificării patrimoniului cultural și natural, prin evidențierea caracteristicilor gastronomice regionale (Revista Capital Cultural, nr. 13, 2018). Ca rezultate, proiectul își propune să contribuie la îmbunătățirea standardelor turistice și a calității vieții umane, prin sensibilizarea și educarea populației cu privire la importanța unicității culturale și alimentare, prin stimularea creativității și a inovației gastronomice. În cadrul proiectului, pe parcursul celor 5 ani de implementare (2016-2021), au fost desemnate 12 regiuni gastronomice europene, și anume: Minho (Portugalia) și Catalonia (Spania) în 2016; Riga-Gauja (Letonia), Lombardia de Est (Italia) și Aarhus (Danemarca) în 2017; Provincia Noord-Brabant (Olanda) și Galway (Irlanda) în 2018; Sibiu (România) și Egeea de Sud (Grecia) în 2019; Kupio (Finlanda) în 2020; Coimbra (Portugalia) și Slovenia în 2021 (The European Region of Gastronomy Platform).

Un exemplu de bune practici, existent la nivel național, relevant pentru tematica acestui studiu, este Regiunea Gastronomică Europeană Sibiu, titlu desemnat pentru anul 2019, având drept coordonatori de proiect Primăria Sibiu, Primăria Mediaș, Consiliul Județean Sibiu, Asociația Județeană de Turism, Universitatea „Lucian Blaga”. Regiunea se suprapune județului Sibiu, care se remarcă printr-o serie de elemente ce au jucat un rol important în obținerea titlului de Regiune Gastronomică Europeană, generate, în principal, de coexistența seculară multiethnică (români, sași, secui, romi etc.), reflectată atât în specificul cultural, inclusiv în patrimoniul construit, cât și în cel gastronomic. Atractivitatea acestui teritoriu este dublată de cadrul natural cu potențial turistic ridicat, dar și de perpetuarea unor valori spirituale și culturale tradiționale specifice unor spații mentale (Ținutul Mărginimea Sibiului, Ținutul Hârtibaci, Ținutul Târnave, Ținutul Secaș, Țara Amlașului). Documentele de promovare a Sibiului – Regiune

Gastronomică Europeană surprind diferite produse culinare și rețete locale, precum mămăliga cu lapte, jintiță, chisătura, slămina afumată cu lemn de fag, pâine cu cartofi prăjitura cu rabarbar, cozonacul săsesc etc., respectiv o serie de festivaluri cu specific gastronomic, menite să atragă turiștii (Picnic în Cindrel, Transylvanian Brunch, Picnic în Dealurile Transilvaniei, Cină în natură, Bike & Brunch, Sus pe muntele din Jina, Bujorul de munte – Gura Sadului, Anima ASTRA, Country Fair etc.) (Sibiu richness and legendary tastes, 2019, www.europeanregionofgastronomy.org).

Rețeaua Europeană a Patrimoniului Culinar Regional reprezintă o altă inițiativă, existentă la nivel european, care vine în întâmpinarea nevoii de promovare turistică a unor regiuni ce se remarcă teritorial prin specificul gastronomic, aceasta fiind propusă și dezvoltată de SÖSK (Southeast Skåne Committee of Cooperation). Rețeaua cuprinde 45 regiuni din țări precum Belarus, Croația, Danemarca, Estonia, Germania, Letonia, Lituania, Norvegia, Polonia, Scoția, Suedia, Turcia, Ucraina (European Network of Regional Culinary Heritage).

Un aport considerabil în dezvoltarea activităților specifice turismului cultural, implicit cel gastronomic, o au programele de finanțare ale Uniunii Europene. Politicile europene cu o rată mare de implementare la nivel național, focalizate pe problematica temei analizate în acest studiu, sunt:

- **Politica Agricolă Comună** (PAC), prin *Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală (FEADR)*, propune o serie de măsuri care susțin competitivitatea inclusiv în domeniul agroalimentar și agroturistic. Un exemplu viabil este *Axa LIDER*, cea care, în funcție de nevoile comunităților Grupurilor de Acțiune Locală, asigură, prin Strategia de Dezvoltare Locală (SDL), finanțarea unor activități agricole și non-agricole în mediul rural. O altă linie de finanțare, eligibilă pentru spațiul rural analizat, este 6.2 - *Sprijin pentru înființarea de activități neagricole în zone rurale*, inclusă în programul PNDR 2014-2020, care are drept obiectiv diversificarea economiei rurale prin dezvoltarea sectorului non-agricol și încurajarea menținerii activităților tradiționale (Portal Agenția pentru Finanțarea Investițiilor Agricole, 2017).
- **România Start-up Nation**, proiect demarat prin *Fondul Social European și prin Programul Operațional Capital Uman (POCU)*, stimulează înființarea și dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii din domenii economice care au în vedere, deopotrivă, și desfășurarea activităților turistice (Platforma Start-up Nation România).

O alternativă la fondurile UE, utile în dezvoltarea unor activități economice, sunt *Granturile SEE și Norvegiene 2014-2021*. În cadrul acestora, *Fondul pentru*

Relații Bilaterale reprezintă o sursă flexibilă de sprijinire a inițiativelor de interes comun ale Statelor Donatoare (Norvegia, Islanda, Liechtenstein) și alte state europene, printre care și România. Finanțarea vizează inovarea, cercetarea, competitivitatea și, totodată, incluziunea socială, angajarea tinerilor și reducerea sărăciei etc. În consecință, dezvoltarea turismului gastronomic în spațiul rural, prin valorificarea resurselor locale, cu puternic impact identitar, ar coincide întru totul cu direcțiile urmărite de acest program (Granturile SEE și Norvegiene 2014-2021).

METODOLOGIE

Din punct de vedere metodologic, acest studiu s-a realizat prin prisma celor trei etape specifice cercetării științifice: acumularea informațiilor și crearea bazei de date, etapa analitică, respectiv cea deliberativă. Principalele metode utilizate au fost documentarea bibliografică și webografică, observația, metoda cartografică, ancheta sociologică, analiza, și, nu în ultimul rând, sinteza.

Acumularea informațiilor și crearea bazei de date s-a axat, într-o primă instanță, pe consultarea publicațiilor online și a bibliografiei de specialitate, ce tratează atât noțiuni teoretice și metodologice despre concepte precum turism gastronomic, turism experiențial, turism cultural, identitate teritorială, regiune gastronomică europeană, cât și aspecte analitice referitoare la arealul Țării Maramureșului, inclusiv al comunei Rona de Sus.

De o mare valoare pentru realizarea proiectului au fost informațiile colectate pe teren prin intermediul unor interviuri semi-deschise (32 interviuri), personalizate în funcție de diferitele categorii de stakeholderi avute în vedere, precum localnici, proprietarii pensiunii Poiana Cornet, profesori din localitate și membri ai comunității ucrainene. Întrebările adresate localnicilor au vizat identificarea preparatelor culinare specifice bucătăriei ucrainene, dar și alte modalități de conservare a identității locale prin diverse obiceiuri. Un alt interviu a fost cel realizat cu proprietara pensiunii Poiana Cornet (Ionela Lavruc), prin intermediul căreia s-au obținut informații despre apariția și evoluția acestei unități de cazare, modalitățile de promovare, inclusiv prin parteneriate realizate cu agențiile de turism, proveniența turiștilor, preparate culinare cu specific ucrainean. Informațiile colectate de la cele două categorii de respondenți au fost completate de prezentarea aspectelor din viața comunității locale, realizată de câteva cadre didactice ale Școlii Gimnaziale din Rona de Sus (prof. Loredana Luscan, prof. învățătoare Ileana Dan, prof. Ana Gridjac, prof. Elek Oprișan și prof. Maria Oprișan). Pe lângă prezentarea făcută de invitații aflați la pensiune, au fost adresate și câteva întrebări suplimentare legate de comunitate, port,

tradiții, rețete specifice, dar și despre eventualitatea practicării turismului gastronomic în localitate și disponibilitatea acestora în privința promovării și susținerii acestuia. Cercetarea de teren a constatat, totodată, în observarea și cartarea fotografică a unor elemente de interes pentru tematica abordată în acest studiu (costume populare, preparate tradiționale, elemente ale cadrului teritorial etc.).

Documentarea de birou, respectiv cea de teren au condus la crearea bazei de date GIS, deosebit de utilă în elaborarea materialelor cartografice care, pe de o parte, surprind realitatea teritorială (amplasarea în teritoriu a localității Rona de Sus, situația existentă a pensiunilor aflate în proximitatea arealului studiat), iar, pe de altă parte, dau consistență studiului, prin reflectarea pe hartă a obiectivului principal al proiectului, și anume acela de a propune materiale de promovare turistică care să valorifice gastronomia ucraineană.

Tabelul 1. Specificități ucrainene identificate de respondenții intervievați

Nr. interviu	Tradiții		Preparate culinare			Rețete	Asemănări cu ucrainenii de peste graniță	Comunitatea ucraineană din Rona de Sus
	Port	Obiceiuri	Felul I	Felul II	Desert			
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								

21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								
32								

Etapă a doua de cercetare a constat în analiza și procesarea datelor și informațiilor colectate în faza de documentare. Prin tehnici precum descrierea, explicația, reprezentări grafice și cartografice au fost interpretate rezultatele interviurilor aplicate în teren, au fost analizate elementele teritoriale, în final, toate având drept scop realizarea studiului de caz asupra Pensunii Poiana Cornet. De asemenea, a fost utilizată și analiza SWOT în vederea vizualizării punctelor tari ale zonei de studiu și favorabile practicării turismului gastronomic cu specific ucrainean, punctele slabe pe care le are în prezent, oportunitățile de dezvoltare și amenințările care ar putea periclita autenticitatea gastronomică a locului.

În etapa deliberativă, sinteza a facilitat emiterea unor propuneri privind dezvoltarea turismului gastronomic în Rona de Sus, respectiv a unor concluzii finale, iar, prin utilizarea metodei cartografice, a fost elaborată harta pentru promovarea pensiunii Poiana Cornet ca promotor al gastronomiei ucrainene.

Activități precum înregistrarea și prelucrarea datelor au fost operate prin intermediul softurilor ArcGIS10.3 și QGIS 2.18, Excel.

SITUAȚIA EXISTENTĂ

Contextul teritorial

Studiul de caz ales se integrează localității Rona de Sus (Figura 1), una din așezările maramureșene (Bistra, Bocicoiu Mare, Poienile de sub Munte, Remeți, Repedea și Ruscova), unde populația de etnie ucraineană este dominantă.

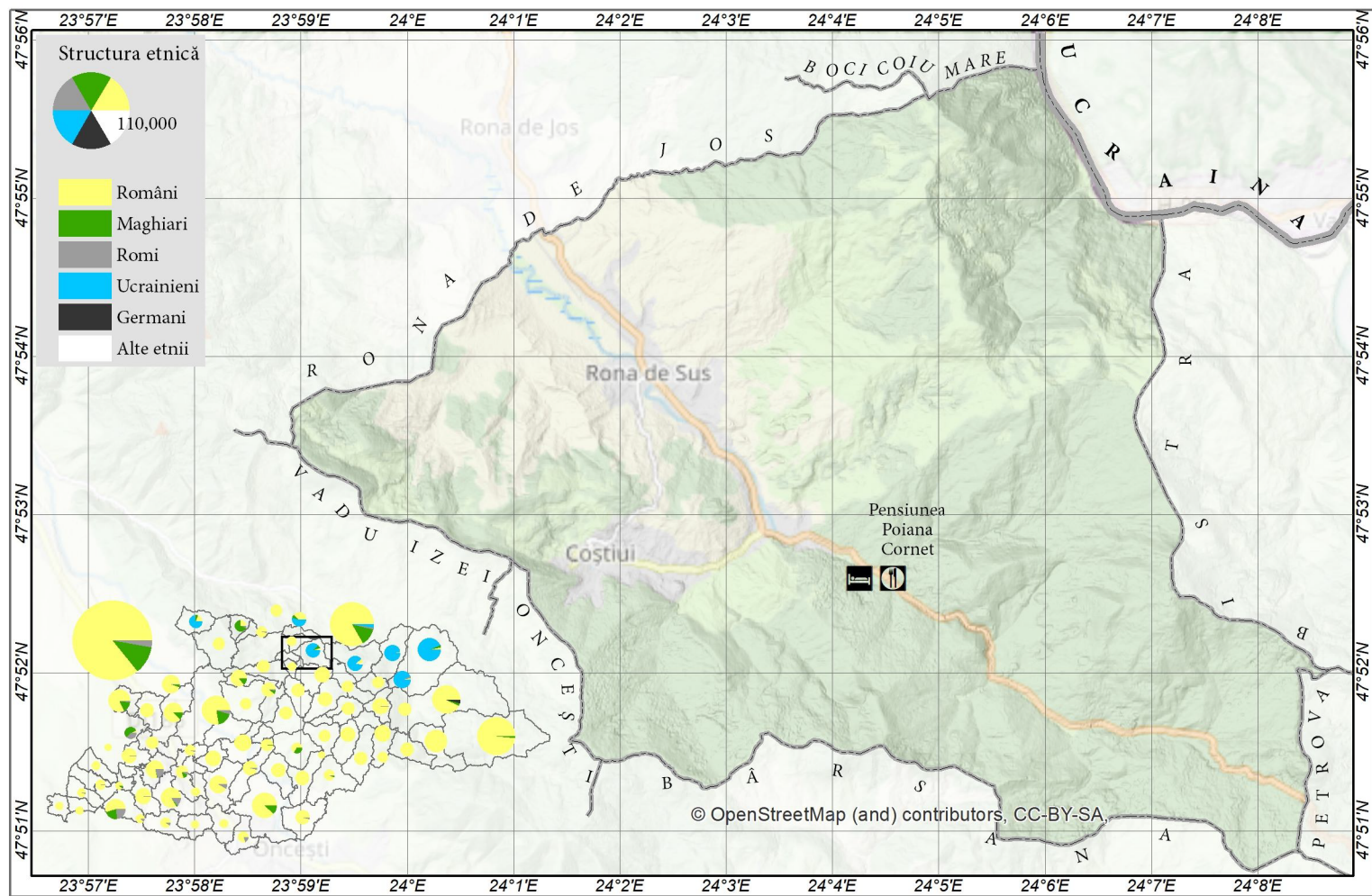


Figura 1. Amplasarea în teritoriu a Pensiunii Poiana Cornet

Poziția spațială a pensiunii Poiana Cornet, accesibilitatea sa accentuată dată de DN18, ce leagă Sighetu Marmăției de Vișeu de Sus, proximitatea pensiunii față de granița cu Ucraina, dorința proprietarilor de a se implica în practicarea unui turism gastronomic și existența unui melanj etnic puternic în areal au determinat alegerea acestei pensiuni ca studiu de caz pentru prezentul proiect. Pensiunea Poiana Cornet este o unitate de cazare situată la doar 20 km nord față de centrul polarizator al Maramureșului, Sighetu Marmăției.

Apropierea acesteia față de granița cu Ucraina reprezintă un avantaj în privința numărului posibil de turiști de etnie ucraineană ce pot petrece weekend-ul în România, aproape de casă, într-un cadru natural împădurit și cu o zestre gastronomică ce se îmbină armonios cu cea de acasă. În partea de sud-est, la doar 45 km, se află Vișeu de Sus, oraș cu statut de stațiune turistică de interes local datorită prezenței „Mocăniței de pe Valea Vaserului”, cunoscută la nivel internațional drept ultima cale ferată forestieră pe care locomotivele mai funcționează cu abur, în scop turistic, dar și în vederea transportului materiei lemnoase.

Un alt atu al zonei studiate este conferit de existența Pădurii Ronișoara, o arie protejată de interes național de tip forestier, ce face parte totodată și din situl Natura 2000 Tisa Superioară ROSCI0251, o pădure de gorun, carpen, fag și molid. Datorită cadrului natural ce se pretează atât drumețiilor cât și pentru trasee cicloturistice, arealul ar putea să atragă un anumit segment de turiști care doresc să descopere atât împrejurimile locului și ale pensiunii cât și elementele specific culturale și gastronomice a comunității ucrainene din Rona de Sus.

Gastronomia locală – un reper identitar ucrainean

Într-o perioadă de 131 ani, numărul populației din comuna Rona de Sus a resimțit efectele noilor decupaje administrative, regimurilor politice sau a politicilor demografice. Numărul populației s-a păstrat relativ constant, având 4 momente de scădere a populației, 1930, 1992, 2002 și 2011 (Figura 2).

În trecut, austro-ungarii foloseau termenii de „ruteni” sau „rusyni” pentru populația ucraineană din zona versanților sudici ai Carpaților Păduroși din Maramureș și până în Rusia Transcarpatică (Corință, 2010). Populația etnică majoritară este cea ucraineană. Fluctuații mari au înregistrat evreii și rușii, apărând sporadic slovaci, polonezi și alte etnii, populația românească s-a păstrat constantă, pe când maghiarii au scăzut numeric (Tabelul 2).

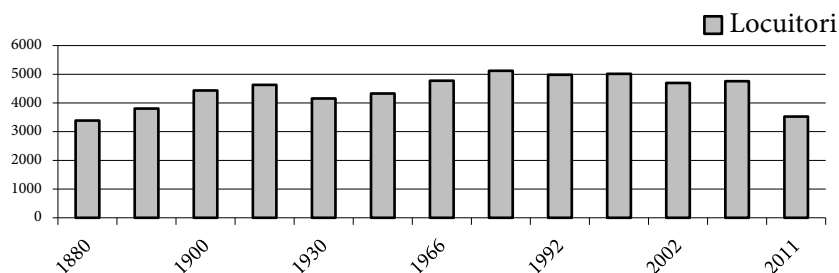


Figura 2. Evoluția demografică în Rona de Sus

Sursa: RPL 18880, 1900, 1930, 1966, 1992, 2002, 2011

Tabelul 2. Structura populației pe etnii, în comuna Rona de Sus

Anul	Naționalitate							
	Ucraineni	Români	Maghiari	Germani	Rromi	Evrei	Ruși	Alții
1930	2385	169	1173	-	-	425	-	2
1956	3422	121	744	-	-	38	6	-
1966	3885	227	653	3	-	4	1	-
1977	4346	185	583	2	1	3	1	3
1992	4349	166	465	1	-	-	-	1
2002	4062	207	421	5	-	-	-	3
2011	3213	193	313	-	-	-	-	3

Sursa: RPL 18880, 1900, 1930, 1966, 1992, 2002, 2011

Având în vedere faptul că Rona de Sus este localizată între Rona de Jos (unde populația de naționalitate română predomină) și Coștiui (unde populația de etnie maghiară este majoritară) se resimt și aici influențele coabitării mai multor etnii, doar o parte din elementele gastronomice ucrainene păstrându-se. Un alt motiv care a condus spre alterarea unicității gastronomiei ucrainene din comuna Rona de Sus este întemeierea mixtă a familiilor.

Din punct de vedere al ingredientelor, locuitorii ucraineni mărturisesc că ouăle, carnea (șold), laptele, varza, ciupercile („hribe”/„ribe”), sfecla roșie, cartofii, fasolea nu lipsesc din gospodăria ronenilor. De asemenea, în majoritatea cazurilor produsele provin exclusiv din gospodărie, fiind producție proprie. În ceea ce privește sfecla, aceasta apare diferențiat în cele două zone (Rona de Sus, respectiv Ucraina). În Rona de Sus, aceasta se folosește doar pentru garnitură la felurile principale, respectiv pentru pregătirea murăturilor (în combinație cu hreanul), spre deosebire de Ucraina, unde sfecla este un produs de bază și se utilizează inclusiv pentru pregătirea ciorbei de sfeclă. Dintr-un număr de 24 persoane intervievate, cei mai

mulți mărturisesc că halupții (sarmalele), chiroștele (colțunași) și gomboții sunt felurile de mâncare cele mai preparate de comunitatea ucraineană (Figura 3).

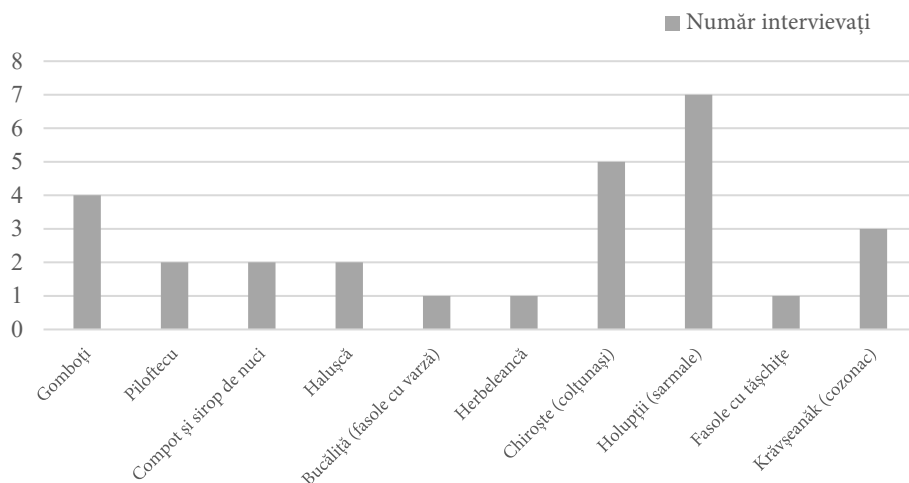


Figura 3. Frecvența utilizării unor preparate ucrainene în opinia respondenților

Respondenții intervievați au afirmat, de asemenea, că ucrainenii din Rona de Sus se individualizează prin păstrarea tradițiilor, diferențierea preparatelor gastronomice de la cele cotidiene până la cele de sărbătoare, dar și celebrarea Crăciunului pe rit vechi, utilizarea unor materii prime locale pentru gătit (legume cultivate în timpul anului, fructe culese din livezile proprii, ciuperci). Pe perioada sărbătorilor de iarnă, respectiv în ajunul Crăciunului, comunitatea ucraineană de aici pregătește 12 produse de post (Hrăbliancă – Hribe cu sos alb; Ciuperci fierte preparate cu ulei și usturoi; Clătite dospite, Păstăi uscate cu usturoi; Porumb fiert; Sarmale cu păsat și ciuperci uscate; Grâu fiert cu miere; Prune uscate fierte; Ciorbă de boabe de fasole și prune uscate; Găluște cu nucă; Varză călită; Porohă cu varză - Colțunași), cifră simbolică pentru cele 12 luni ale anului, 12 apostoli, iar ziua are 12 ore și noaptea tot 12 ore. De Paști, se păstrează tradiția de a oferi un coș ce conține pască, ouă roșii, șold întreg de porc, cârnaț, brânză cu lapte de vacă, unt din lapte de vacă, mediană (chec cu miere), usturoi verde, sare, o sticlă cu vin, lumânare și hrean.

Pensiunea Poiana Cornet – promotor al turismului gastronomic ucrainean

Pensiunea Poiana Cornet, localizată la ieșirea din Rona de Sus, pe Valea Cornet, își are originile denumirii, conform managerului pensiunii, Ionela Lavruc

Popovici, pe valea pe care este situată, fiind o pensiunea familială (Figura 4). Pensiunea a luat ființă în octombrie 2014, însă înainte de deschiderea acestei pensiuni, proprietarul deținea de aproape 20 ani un restaurant, la mică distanță de actuala pensiune, cunoscut pentru produsele din carne, „socrul meu produce: jamboane, cârnați, mici etc.” (proprietar pensiune).

Pensiunea, dar și arealul asociat acesteia, îmbină modernul cu tradiționalul, prin includerea unei porți maramureșene. Interiorul pensiunii este unul modern, cele 15 camere beneficiază de baie proprie, cablu TV și internet. De asemenea, pensiunea deține și o sală de conferință, un bar, o cafenea și o terasă de 200 locuri. În ceea ce privește restaurantul, acesta are 50 locuri, iar meniul îmbină preparatele universale cu cele tradiționale românești și ucrainene, „50% [meniul] este ucrainean” (proprietar pensiune).

Printre argumentele ce stau la baza asocierii pensiunii cu atributul de promotor al turismului gastronomic stă specificul meniului, unul tradițional ucrainean. La pensiunea administrată de Ionela Lavruc, la mare căutare sunt colțunașii („varenyky”/„porohă”) cu brânză și dulceată. De asemenea, „șașlăcul” ucrainean - frigăruile din ceafă de porc, reprezintă unul dintre preparatele cele mai solicitate atât de turiștii români cât și de cei ucraineni sau de altă naționalitate. De asemenea, un alt aspect deosebit de important pentru atestarea calității anterior amintite, este faptul că în perioada sărbătorilor de iarnă, pensiunea pune la dispoziția clienților și turiștilor activități dintre cele mai diverse, dar și tradiționale: colindatul la alte pensiuni sau localnici, participarea la slujba bisericească din localitate, îmbrăcarea unor costumuri populare sau „se taie porcul de Crăciun și se prepară produsele ca să vadă și turiștii”, „iarna îi ducem la plimbări cu sania prin sat” (proprietar pensiune).

Vizibilitatea Pensiunii Cornet este asigurată prin intermediul paginilor sale online, web și Facebook, unde sunt prezentate principalele caracteristici ale ofertei turistice, serviciile oferite, imagini din interiorul și exteriorul pensiunii, respectiv activitățile desfășurate. Promovarea pensiunii se face și în cadrul Centrul de informare turistică din Sighetu Marmației, unde se regăsesc diferite pliante și materiale de prezentare.

În ceea ce privește serviciile oferite de pensiune, se constată că acestea se diversifică pe an ce trece. Spre exemplu, recent, au fost incluse activități pentru copii: „aducem educatoare, animatori Mickey Mouse și Minnie [...] ne adaptăm pentru copii, minorități, bătrâni, pentru că de asta suntem aici, să le facem tuturor pe plac” (proprietar pensiune).

Cu toate că, în prezent, onorează comenzi de catering, pentru diferite evenimente organizate (nuntă, botez, petrecere privată), proprietarii doresc să-și extindă afacerea prin oferirea acestui tip de serviciu instituțiilor publice și localnicilor, astfel încât să poată comanda preparatele pensiunii Poiana Cornet chiar la domiciliu/locul de muncă, „uneori mai ducem de mâncare la școală, la supermarket-uri, ducem personalului cand este în pauză [...] noi ne mulăm după dorințele lor, dacă preferă să gătească ei, la grill, suntem perfect de acord” (proprietar pensiune).

ANALIZA SWOT

În vederea creării unui material de promovare turistică a gastronomiei ucrainene, a fost realizată o analiză SWOT, prin intermediul căreia au fost captate elementele definitorii ale comunității ucrainene din Rona de Sus, caracteristici legate de amplasarea în teritoriu a zonei studiate, dar și elemente cheie surprinse în cadrul pensiunii Poiana Cornet.

Tabelul 3. Analiza SWOT

Puncte tari	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> • prezența majoritară a comunității ucrainene; • existența unor persoane care gătesc preparate ucrainene; • posibilitatea practicării agriculturii, fapt ce contribuie la asigurarea resurselor agricole primare; • receptivitatea comunității în ceea ce privește practicarea turismului gastronomic; • existența unor locații pentru practicarea turismului gastronomic (cămin cultural, Pensiunea Poiana Cornet); • existența unor produse locale personalizate în cadrul pensiunii Poiana Cornet (jambon, mici, cârnați); • meniul pensiunii Poiana Cornet este de peste 50% cu specific ucrainean; • posibilitatea punerii la dispoziție a unor costume populare tradiționale; 	<ul style="list-style-type: none"> • nivelul scăzut al educației și formării profesionale în turism; • imposibilitatea folosirii apei din râul Ronișoara pentru scopuri diverse (irigații); • inexistența unui centru de colectare a produselor agricole; • grad scăzut de conștientizare privind importanța practicilor agricole ecologice; • capacitate financiară redusă pentru a-și susține proiectele de inovare/promovare în domeniul turismului (culinar, experiențial); • neimplicarea autorităților în ceea ce privește infrastructura drumurilor comunale;

<ul style="list-style-type: none"> • dispoziția proprietarului de pensiune spre implicarea în activități gastronomice și culturale; • vizibilitate bună a pensiunii în spațiul online (site propriu, facebook, booking); • prezența unor centre urbane în apropierea localității (Sighetu Marmăției, Vișeu de Sus) și a Centrului de informare turistică din Sighetu Marmăției, unde sunt pliante cu informații referitoare la pensiunea Poiana Cornet, în limbile română și engleză; • acces la drumul național DN 18, care face legătura cu pensiunea Poiana Cornet; • apropierea localității de granița cu Ucraina, fapt ce aduce un flux important de turiști de peste Tisa; • existența Corului „Vocile Ronei” care promovează cântecele și portul tradițional ucrainean; • prezența unui promotor în ceea ce privește practicarea turismului în Țara Maramureșului (Peter Hurley). 	<ul style="list-style-type: none"> • lipsa promovării preparatelor culinare; • prezența majoritară a populației îmbătrânite; • posibilitatea respingerii turiștilor de către localnici; • diluarea reperelor identitare ale comunității ucrainene; • pierderea unor repere gastronomice în rândul comunității locale; • migrația tinerilor din mediul rural spre mediul urban sau chiar străinătate; • existența unei singure pensiuni în localitatea studiată; • lipsa meniului pe site-urile de promovare.
Oportunități	Amenințări
<ul style="list-style-type: none"> • bază de date cu toate pensiunile și restaurantele din zonă; • contractarea unor consultanți experți în domeniul gastronomic; • crearea unui parteneriat între pensiunea Poiana Cornet și o platformă de comunicare în domeniul gastronomic, ce cuprinde agențiile de turism din Maramureș și pensiunile din Ucraina; • realizarea unui parteneriat cu Peter Hurley pentru viitoare proiecte; • includerea preparatelor culinare ucrainene în cadrul festivalului „Satele Unite ale Maramureșului”; • fidelizarea turiștilor pe componenta gastronomică a localității; • existența de bune practici în ceea ce privește o regiune gastronomică – de exemplu: Regiunea Gastronomică Sibiu. 	<ul style="list-style-type: none"> • dispariția elementelor de autenticitate gastronomică; • diminuarea numărului de turiști; • alterarea elementelor identitare ucrainene; • exodul tinerilor; • dispariția resurselor primare folosite pentru realizarea preparatelor culinare; • reticența comunității locale în ceea ce privește participarea în cadrul festivalurilor.

Pornind de la analiza realizată, sintetizat se poate afirma că principalele disfuncții cu care se confruntă teritoriul sunt legate de lipsa promovării preparatelor culinare, diluarea reperelor identitare ale comunității ucrainiene, dar și de efectele resimțite odată cu migrația tinerilor, reflectate printr-o pondere ridicată a populației îmbătrânite și reducerea interesului în ceea ce privește posibilitatea dezvoltării și promovării turismului cultural, în general, și gastronomic, în particular.

Oportunitățile care ar putea avea impact asupra arealului analizat se rezumă la o mai bună colaborare între sectorul privat și cel de stat, contractarea unor consultanți experți pe domeniul gastronomic în vederea creșterii vizibilității comunității ucrainene cu accent pe preparatele gastronomice, dar și culturii reprezentative. Pe lângă toate acestea, există și o serie de parteneriate care ar putea să aducă beneficii comunității prin creșterea numărului de turiști și, totodată, prin dezvoltarea serviciilor furnizate, lucru ce ar putea contribui la îndeplinirea în viitor a condițiilor necesare consacrării zonei drept Regiune Gastronomică Europeană.

De asemenea, cu toate că teritoriul se individualizează printr-o multitudine de puncte pozitive, acesta se confruntă totuși cu o serie de amenințări care pot afecta arealul, printre care se numără dispariția elementelor de autenticitate, dezvoltarea turistică în masă a arealelor din proximitate, dar și diminuarea numărului de turiști de peste graniță.

PROPUNERI

Revitalizarea economică a unui areal, pornind de la resursa proprie, implicit de la cea de factură culturală, cu trimitere la identitatea locală, este o dimensiune des vizată în documentele de planificare și dezvoltare teritorială. Pornind de la acest deziderat, în concordanță cu obiectivele stabilite în acest studiu, au fost propuse câteva recomandări, care urmăresc trei direcții majore: realizarea unor materiale de promovare turistică, crearea de parteneriate cu stakeholderi din mediul social-economic și includerea localității în rețeaua europeană a Institutului Internațional de Gastronomie, Cultură, Artă și Turism. În funcție de perspectivele temporale, propunerile formulate pot fi realizate pe termen scurt, mediu și lung.

a). Crearea unor materiale de promovare turistică

În prezent, pensiunea Poiana Cornet este promovată prin intermediul unor pliante, în cadrul Centrului de Informare Turistică Sighetu Marmăției, însă acestea nu cuprind informații doar despre această unitate de cazare și localitatea din care face parte, ci se prezintă, într-o manieră generală, infrastructura turistică existentă în

Țara Maramureșului. Pentru o mai bună vizibilitate a pensiunii aleasă ca studiu de caz, dar și pentru promovarea turismului gastronomic ca o formă de activitate specifică locului, este necesar a se realiza un material distinct de prezentare. În acest studiu, s-a considerat oportun, cu atât mai mult cu cât recomandarea poate fi realizată pe termen scurt, elaborarea unei hărți de promovare a pensiunii Poiana Cornet, sub forma unei broșuri pliabile (Figurile 5 și 6). Un astfel de material cartografic și ilustrativ reprezintă o formă ideală de promovare, întrucât surprinde nu doar aspecte din oferta turistică, ci și detalii legate de accesibilitatea teritorială. Mai mult, combinația atractivă între imagini și informații ajută viitorul turist să își facă o idee asupra a ceea ce va vizita.

Broșura de promovare, realizată în colaborare cu proprietarii pensiunii Poiana Cornet, este structurată în trei părți pliabile, față-verso. Pe prima parte (față) este prezentată intrarea Pensiunii Cornet, împreună cu un îndemn adresat turiștilor și două fotografii care prezintă gradul de confort oferit de această pensiune. În interiorul broșurii, se regăsesc informații, pe suport cartografic, referitoare la poziționarea pensiunii în cadrul județului, comunei și a satului Rona de Sus, accesibilitatea prin mijloacele de transport și orașele aflate în proximitatea pensiunii Poiana Cornet. Continuând lectura broșurii, pe verso, turistul va descoperi informații privind experiența culinară de care va avea parte, infrastructura de cazare, elementele de atractivitate turistică existente în proximitate, dar și cele de specificitate teritorială (costum popular), iar, spre final, sunt menționate informațiile privind datele de contact ale proprietarilor pensiunii.

b). Crearea de parteneriate cu stakeholderi din mediul socio-economic reprezintă o oportunitate menită a genera dezvoltarea și promovarea activităților turistice. Ținând cont de contextul și specificul teritorial, în ceea ce privește pensiunea Poiana Cornet, au fost formulate câteva recomandări ce au în vedere consolidarea unor astfel de parteneriate, precum:

- realizarea unor baze de date care să cuprindă: unitățile de cazare și restaurantele din zonă; actorii socio-economici cu interes în domeniul turistic; obiectivele turistice și activitățile culturale autohtone din proximitatea pensiunii. Ca punct de plecare pentru implementarea unor proiecte de dezvoltare, inclusiv cele bazate pe parteneriate, este util a se evalua potențialul vecinătății și a pieței competiționale, drept urmare, aceste baze de date vor facilita accesul la informații coerente și sistematizat înregistrate.

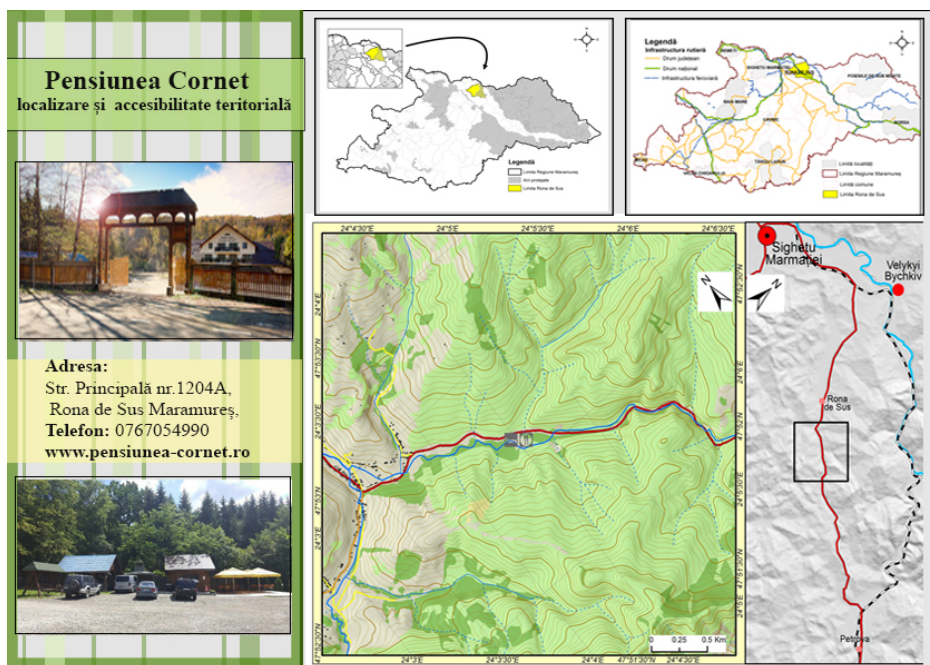


Figura 5. Broșura de promovare a Pensiunii Poiana Cornet (față)



Figura 6. Broșura de promovare a Pensiunii Poiana Cornet (verso)

- colaborarea cu etnicii ucraineni, pentru asigurarea unui flux continuu de produse alimentare realizate pe baza unor rețete autentice;
- stabilirea unor parteneriate cu experți gastronomici din țară și din străinătate în vederea realizării unor schimburi de bune practici și, în perspectivă, pentru lansarea unor invitații la diferitele evenimente gastronomice organizate de pensiunea Poiana Cornet;
- stabilirea unui contract între Pensiunea Poiana Cornet și agențiile de turism tour-operator, dar și cele de voiaj din județul Maramureș, în scopul comercializării ofertei turistice propusă de proprietarii pensiunii;
- stabilirea unor relații de cooperare cu coordonatorii proiectului Sibiu-Regiune Gastronomică Europeană, în vederea pregătirii unui proiect ce prevede obținerea acestui titlu pentru Țara Maramureșului;
- realizarea unui parteneriat cu Biroul Județean de Informare Turistică din Maramureș în vederea promovării pensiunii și potențialului turistic al localității Rona de Sus;
- realizarea unui parteneriat cu biserica și școala din localitate pentru realizarea de evenimente culturale;
- promovarea gastronomiei ucrainene, având drept reprezentant Pensiunea Poiana Cornet, în cadrul festivalului „Satelor Unite ale Maramureșului”, în urma stabilirii unui parteneriat cu Peter Hurley.

c). Includerea Țării Maramureșului în rețeaua europeană a Institutului Internațional de Gastronomie, Cultură, Artă și Turism

Existența unui exemplu de bune practici la noi în țară, precum cazul Sibiului, care a fost desemnat Regiune Gastronomică Europeană 2019, deschide calea spre dezvoltarea mai multor proiecte de felul acesta, inclusiv unul la nivelul Țării Maramureșului. Această afirmație se bazează pe argumente precum posibilitatea transferului de bune practici între Regiunea Sibiu și Țara Maramureșului, recunoașterea națională în domeniul turismului de care beneficiază acest areal, favorabilitatea contextului teritorial existent - un spațiu multiethnic, reflectat în tradiții și gastronomia locală. Țara Maramureșului, implicit Rona de Sus, dispune de o diversitate de produse gastronomice autohtone, care prin modul de preparare pot fi certificate ca produse tradiționale. De asemenea, la individualizarea teritoriului ca regiune gastronomică, ar putea contribui festivalurile culinare cu tradiție, spre exemplu, Festivalul Verzei, organizat în localitatea Câmpulung la Tisa.

În vederea realizării unui proiect de asemenea anvergură, este necesar ca părțile interesate, precum actorii socio-economici, reprezentanți ai autorităților publice și comunității locale, să aibă o viziune comună. Acest proiect presupune o politică de dezvoltare integratoare a regiunii, mult mai eficientă decât cea sectorială aplicată în prezent, ea putând să identifice punctele cheie ale teritoriului, precum diversitatea culturală, conectivitatea între comunități, valori educaționale, produse pentru alimentația sănătoasă, elemente necesare inovației.

Conform Institutului Internațional de Gastronomie, Cultură, Artă și Turism, principalele etape pe care coordonatorii proiectului Țara Maramureșului – Regiune Gastronomică Europeană ar trebui să le aibă în vedere sunt:

- formarea un grup de minim patru fondatori (instituții publice și private din cadrul sectorului terțiar și academic cu interes în domeniul gastronomiei, turismului, artelor);
- semnarea unui acord cu IGCAT (Institutul Internațional de Gastronomie, Cultură, Artă și Turism), prin care își iau angajamentul că pe o perioadă de 5 ani vor face parte din această platformă internațională, contribuind cu o taxă de participare de 15.000 euro;
- angajarea unui coordonator care să se ocupe de realizarea unui plan pentru evenimentele ce vor avea loc în anul respectiv;
- realizarea unei cărți cu ofertele propuse în proiect, în format digital;
- comisia IGCAT, formată din 3 experți (membri ai juriului), va vizita regiunea, în iulie sau septembrie, iar în cadrul acestei delegații trebuie realizată o prezentare a regiunii și o degustare a produselor locale;
- în cazul în care regiunea câștigă competiția, ceremonia de decernare a premiilor va avea loc în octombrie și va fi găzduită de regiune;
- după primirea titlului, este necesar ca regiunea să participe la minim 3 întâlniri în cadrul Platformei IGCAT, respectiv să organizeze cel puțin o astfel de întâlnire.

Pe lângă promovarea și recunoașterea de care ar putea beneficia Țara Maramureșului în urma acceptării în rețeaua Regiunile Gastronomice Europene, pot fi semnalate o serie de oportunități, precum: posibilitatea de a participa la Food Film Menu, un festival de film și gastronomic; accesul la folosirea instrumentului Local Food Gift Challenge, util pentru promovarea și protejarea culturii culinare locale; participarea la European Young Chef Award, un concurs unde bucătarii din diversele zone gastronomice europene își pot etala abilitățile culinare; posibilitățile de a intra în Top Visitor Experience, o competiție care se bazează pe recenziile vizitatorilor în regiune.

CONCLUZII

În urma documentării pe teren, în localitatea Rona de Sus, s-a observat faptul că există o comunitate care încă păstrează tradițiile ucrainene și care încearcă să transmită mai departe rețetele specifice acestora.

De asemenea, Rona de Sus beneficiază de o poziție geografică favorabilă care permite pătrunderea în teritoriu a unui flux mare de turiști, atât din cele două centre urbane Sighetu Marmației și Vișeu de Sus, cât și de peste Tisa.

Totodată, proprietarii pensiunii Poiana Cornet și localnicii prezintă o deschidere mare spre turismul gastronomic și își doresc valorificarea și promovarea produselor cu specific ucrainean, atât la nivel local, cât și la nivel național și internațional (existând și în prezent persoane din Ucraina care consumă preparate cu specific ucrainean în cadrul pensiunii).

Rezultatele cercetării confirmă faptul că Poiana Cornet este singura pensiune din localitate, astfel că produsele cu specific ucrainean se pot degusta doar în cadrul acesteia. Meniul restaurantului conține produse ucrainene în proporție de 50%, iar turiștii pot comanda o serie de preparate culinare.

În vederea dezvoltării socio-economice a teritoriului, prin intermediul turismului gastronomic, au fost formulate o serie de recomandări, elaborarea acestora bazându-se pe potențialul arealului și necesitățile identificate în teren. Întocmirea unor materiale de promovare turistică a reprezentat obiectivul principal al studiului, acesta materializându-se prin realizarea unei hărți ca broșură de prezentare a Pensiunii Poiana Cornet.

MULȚUMIRI

Cuvinte de mulțumire sunt adresate respondenților care au participat la ancheta sociologică aplicată în teren. Mulțumim proprietarilor pensiunii Poiana Cornet pentru informațiile oferite și pentru primirea călduroasă.

BIBLIOGRAFIE

Bessière J. (2002), *Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas*, Sociologia Ruralis, European Society for Rural Sociology, Olanda.

- Capital Cultural** (2019), <https://capitalcultural.ro>, accesat în 21.07.2019.
- CFF Vișeu de Sus** (2019), <https://www.cffviseu.com/valea-vaserului>, accesat în 16.07.2019.
- Diaconescu D.M., Moraru R., Stănciulescu G.** (2016), *Considerarea turismului gastronomic drept o componentă a dezvoltării locale sustenabile*, Revista Amfiteatru Economic, Academia de Studii Economice București, 10(18): 769-785.
- Dante M., Giacomo C.** (2015), *Enogastronomic Tourism: can it Mitigate the Intangibility of the Destination? Streetfood as a new Business Model for the Management of Tourist Regions*, Proceedia Economics and Finance, 39:347-356.
- De-Corina** (2019), <https://www.de-corina.ro/index.php/2019/03/09/stiai-sibiu-este-regiune-gastronomica-europeana-2019/>, accesat în 21.07.2019.
- Lengyel P.** (2019), <https://peterlengyel.wordpress.com/2015/11/06/rezervatia-padurea-ronisoara/>, accesat în 20.07.2019.
- European Network of Regional Culinary Heritage** (2019), www.culinary-heritage.com, accesat în 20.07.2019.
- European Region of Gastronomy** (2019), www.europeanregionofgastronomy.org, accesat în 19.07.2019.
- Florea C.** (2013), *Culinary Tourism - a Key-aspect of Romanian Tourism Development*, 325-331.
- Fondul pentru Relații Bilaterale Dezvoltare Locală** (2019), <https://www.eeagrants.ro>, accesat în 20.07.2019.
- Gajić M.** (2012), *Gastronomic Tourism – A Way of Tourism in Growth*, Quaestus Multidisciplinary Research Journal, Universitatea Creștină Dimitrie Cantemir, Timișoara.
- Grönroos C.** (2009), *Service Logic and Service Productivity*, ediția 14 – Biennial World Marketing Congress, Oslo.
- Grupul de Acțiune Locală Mara-Gutâi** (2019), <http://gal-maragutai.ro>, accesat în 15.07.2019.
- Hall C.M., Mitchell R.** (2005), *Food tourism, Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases*, M. Novelli Butterworth Heinemann, Oxford, 73-88.
- HoReCa** (2019), <https://www.horeca.ro/ospitalitate/5108-tendinte-in-industria-ospitalitatii-care-se-mentin-si-in-2018.html>, accesat în 21.07.2019.

- Privitera D.** - coord. (2018), *Gastronomic and Food Tourism as an Economic Local Resource: Case Studies from Romania and Italy*, *Geojournal of Tourism and Geosites*, Oradea, 1(21):143-157.
- Quan S., Wang N.** (2004), *Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experience in Tourism*, *Tourism Management*, 25:297-305.
- Schmantowsky C.** (2014), *Best Practices in Culinary Tourism. Development Models and Applications Domestic and Abroad*, Boca Raton, Lynn University Publishing.
- Viganò G.** (2003), *Enogastronomy: a Path towards the Discovery of the Local Culture*, M.E.T. Università Bacconi, Milano.



DIGITIZAREA MEȘTEȘUGURILOR TRADIȚIONALE: MEȘTEȘUGUL CIOPLITULUI ÎN LEMN DIN BÂRSANA

Sebastian ANDRIESEI¹

Gabriela GRECU²

Valentin HÎRSULESCU³

Alin Ionuț POPA⁴

Andreea Elena TRAISTĂ⁵

Maria CHINDRIȘ⁶

¹ Student, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

² Masterandă, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

³ Student, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

⁴ Masterand, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

⁵ Studentă, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

⁶ Elevă, Colegiul Național „Gheorghe Șincai”, Baia Mare.

REZUMAT – Una din direcțiile menite a conserva pe termen lung patrimoniul cultural este dată de redarea elementelor de patrimoniu în format digital. Scopul prezentului articol a fost de a crea o bază de date pentru patrimoniul vernacular existent în comuna Bârsana, făcându-se recurs la cartarea elementelor tradiționale (gospodării, porți tradiționale, biserici din lemn), realizarea unui geodatabase și completarea acestuia cu atributele spațiale reprezentative pentru patrimoniul vernacular bârsan. Lipsa unei astfel de baze de date spațiale, în contextul promovării turistice intense a patrimoniului cultural maramureșean, dar fără o vizualizare spațială și integrată a elementelor de reprezentativitate culturală, au determinat și necesitatea creării acestei baze de date. Pe de altă parte, crearea unei viitoare strategii de marketing la nivel local (Bârsana) de către autoritățile locale implicate va putea avea ca punct de plecare inclusiv acest demers spațial existent ce va folosi ca argumentare pentru asocierea de pildă a comunității bârsane cu porțile din lemn sculptat.

Cuvinte cheie: civilizația lemnului, artizanat, patrimoniu cultural, bază de date spațiale

INTRODUCERE

Justificarea temei

Civilizația lemnului este asociată de multe ori cu Țara Maramureșului datorită modului în care comunitățile locale și-au făcut din formele de prelucrare a lemnului nu doar o modalitate de subsistență ci și un mod unic de a privi lucrurile din jur și valorile în care aceștia credeau. Bârsana este una din localitățile maramureșene unde lemnul reprezintă cartea de vizită a localnicilor.

Pe de altă parte, diversitatea porților maramureșene, mai mult sau mai puțin autentice, constituie o altă direcție posibilă de abordat, mai puțin confirmată în prezentul studiu, însă cu un impact notabil asupra identității teritoriale.

Cu toate acestea, în pofida elementelor de patrimoniu cultural cu care se recomandă Țara Maramureșului, implicit Bârsana, nu există o bază de date electronică complexă sau orice altă formă de vizualizare virtuală a acestor elemente. Printre beneficiile unei baze de date spațiale menționăm: prezența unui repertoriu identitar maramureșean ce poate fi actualizat, cunoașterea numărului de meșteri populari/restauratori existenți, existența unui punct de plecare pentru crearea unui brand turistic local etc.

Obiective

Obiectivul principal al acestui studiu a constat în crearea unei baze de date care să faciliteze accesul stakeholderilor la informațiile legate de meșteșugul

cioplitului în lemn din Bârsana, o activitate cu reale valențe turistice. În acest sens, au fost realizate mai multe activități precum:

- cartarea și reprezentarea spațială a porților maramureșene din Bârsana;
- preluarea unor interviuri semi-structurate unor categorii diferite de actori locali ce gestionează patrimoniul cultural și determinarea gradului de valorificare a masei lemnoase în actul turistic;
- determinarea reperelor identitare ale populației din Bârsana.

Contextul teoretic

În ultimii ani, s-a înregistrat un interes din ce în ce mai crescut pentru impactul patrimoniului cultural, perceput ca un contributor la atractivitatea unor centre urbane dar și spații rurale, generator de identități teritoriale distincte și totodată de locuri de muncă și investiții. Tot acesta generează servicii inovative (de la digitizarea elementelor de patrimoniu la modelarea lor 3D) (Oberländer-Târnoveanu I., 2002 ; Consorțiul CHCfE, 2015).

Pentru vizualizarea spațială a patrimoniului cultural sunt recomandate o serie de hărți și planuri ale teritoriului reprezentat, indiferent de scara lui, în acest sens făcându-se recurs la GIS (Bushmakina Y.V. et al., 2017). Digitizarea, georeferențierea sau identificarea unor obiecte spațiale, alături de datele de tip raster, constituie principalele elemente ale unui geodatabase.

La ora actuală, pe teritoriul României există puține baze de date integrate, la scară națională sau subnațională, ce sunt calate pe patrimoniul cultural. Amintim ca exemplificări:

- <http://ran.cimec.ro> - Repertoriul Arheologic Național, o bază de date întreținută și administrată de Institutul Național al Patrimoniului, dedicată tuturor descoperirilor arheologice de pe teritoriul României, indiferent de perioada lor de date;
- <http://egispat.inp.org.ro> – bază de date cu toate monumentele istorice certificate la nivel național. Obiectivele acestui program național s-au axat pe crearea unor baze de date complexe (date spațiale, non-spațiale sau text, cartografice, fotografice) care să servească documentelor publice dedicate patrimoniului imobil;
- <https://peisaje-arheologice.ro> – un proiect menit să completeze peisajul arheologic existent, prin documentare aeriană a siturilor arheologice.

Menționăm, de asemenea, faptul că o altă bază de date asociată patrimoniului cultural național este cea elaborată de Ministerul Culturii, *Lista*

monumentelor istorice, o bază de date unde se regăsesc și monumente istorice din Bârsana. Adicional, în patrimoniul UNESCO se regăsesc și obiective antropice din România, bisericile de lemn din Maramureș fiind înscrise în mod distinct.

Una din viitoarele direcții de dezvoltare o constituie documentarea, interpretarea, restaurarea și diseminarea elementelor de patrimoniu cultural, prin conservarea acestora pe termen lung cu ajutorul digitalizării. Conform UNESCO (2009), patrimoniul digital include orice tip de resursă generată de om care este creată sau convertită în format digital și care trebuie conservată pe termen lung. Cu ajutorul noilor tehnologii (scanarea și modelarea 3D prin tehnica LIDAR, fotogrammetrie), patrimoniul cultural poate prinde din nou viață. Digitizarea patrimoniului cultural european reprezintă și la scară europeană unul din targeturile vizate (*Digital Agenda for Europe*).

METODOLOGIE

În ceea ce privește demersul metodologic uzitat în acest studiu, menționăm următoarele aspecte:

- identificarea stadiului cunoașterii pe tematica prezentului studiu prin analiza unor materiale științifice actuale dar și a unor baze de date electronice;
- documentarea pe teren prin cartarea tuturor elementelor de reper pentru patrimoniul cultural bârsan, dar și aplicarea unor interviuri semi-structurate pentru identificarea categoriilor de stakeholderi/actori locali și surprinderea percepției acestora asupra elementelor identitare care încă persistă în Bârsana, strâns legate de valorificarea masei lemnoase;
- realizarea unei analize SWOT a comunei din punct de vedere turistic;
- crearea bazei de date asociată comunei Bârsana prin raportare directă la produsele rezultate ale sculpturii în lemn și vizualizarea spațială a acestui patrimoniu cultural.

Subiecții luați în considerare au fost din următoarele categorii: localnici, turiști, proprietari de pensiuni, meșteri, autorități locale din Bârsana, pentru fiecare categorie de actor local fiind creat un ghid de interviu distinct.

Tabelul 1. Categoriile de respondenți intervievați

Nr. crt.	Tip respondent	Număr
1.	Autorități locale	1
2.	Meșteri populari	2

3.	Localnici	19
4.	Turiști	5
5.	Proprietari unitate de cazare	2

SITUAȚIA EXISTENTĂ

Contextul teritorial

Parte componentă a GAL-ului Mara-Gutâi, și circumscrisă Țării Maramureșului, comuna Bârsana încă reprezintă un areal cu o individualizare a unui patrimoniu cultural tradițional, predominant românesc. Amplasat la o distanță relativ scurtă de municipiul Sighetu Marmăției, unitatea administrativ-teritorială include un singur sat, reședință de comună, Bârsana.

Pe de altă parte, proximitatea comunei de frontiera României cu Ucraina a constituit oportunitatea unei interrelaționări cu comunitatea ucraineană și obiceiurile acesteia.

Arta cioplitului în lemn prin prisma stakeholderilor

Diversitatea vegetației forestiere (păduri de brad, stejar, molid și fag) l-a încurajat pe țăranul maramureșean să folosească lemnul, atât ca resursă necesară vieții de zi cu zi, cât și ca formă de exprimare a spiritului creator manifestat prin cioplitul în lemn „*mai puternic ca în nicio parte a pământului românesc*”. Cioplitul în lemn reprezintă totodată un mijloc de „*exprimare și comunicare a sentimentelor și a gândirii*”, care a evoluat tot mai mult de la forma simplă pe care o aveau vechile porți, cu puține simboluri existente, cu profundă semnificație, păstrate în prezent, în cea mai mare parte, în muzee, până la aglomerarea de ornamente atent cioplite (Bilțiu P., 2010, p. 12).

Etnograful Dăncuș M. scoate în evidență faptul că, pentru familiile maramureșene, poarta reprezintă simbolul bogăției și bunăstării, aceasta fiind mândria fiecărei gospodării separând „spațiul sacru” al gospodăriei de spațiul exterior (Dăncuș M., 2010, p. 34). Cu atât mai mult, un accent crescut a fost alocat ornamenticii asociate patrimoniului vernacular (gospodării, anexe, porți), ce a devenit practic un element de individualizare (Kosinszki et al., 2018).

Simbolurile utilizate pe porțile maramureșene sunt:

- rombul, unul dintre cele mai vechi ornamente, alcătuit din două triunghiuri, reprezentând două principii opuse: masculin și feminin, cer și pământ;
- triunghiul, întâlnit pe mai toate porțile, simbolizează cifra trei, divinitatea și armonia;

- cercul, vechiul simbol al soarelui și totodată simbol al vieții, cunoașterii și înțelepciunii;
- rozeta, ce reprezintă lumina și căldura;
- crucea, simbolul creștinătății folosit pentru îndepărtarea spiritelor rele;
- funia răsucită, întâlnită mai ales în bisericile din lemn, reprezintă infinitul, legătura dintre cer și pământ, alături de coroana care simbolizează veselia și protecția împotriva bolilor;
- bradul, simbolul puterii și al sănătății aflat în strânsă legătură cu dintele de lup, de formă triunghiulară, care este reprezentat mai ales în partea dinspre interiorul gospodăriei, semnificând curățarea de energiile negative ale celui care pășește pe sub poartă (Kosinszki et al., 2018).

Pornind de la însemnătatea porții de lemn sculptate pentru Țara Maramureșului, descoperim că pentru unii localnici din Bârsana poarta nu reprezintă doar un obiect material, specific gospodăriei, ea face parte din viața și identitatea locului, de aceea aceștia nu ar înlocui-o cu nimic: „Am avut ocazia să dau poarta pe un miliard. Nu o las în veci. Zece să îmi dea, nu aș da-o” (localnic, proprietar al unei porți tradiționale din lemn).

După identificarea elementelor de personalizare ale comunei Bârsana, **locuitorii** consideră că cele mai emblematicate atribute ce definesc comuna și care pot fi și mai mult valorificate turistic sunt porțile de lemn, bisericile și mănăstirile, gastronomia locală.

Tabelul 2. Percepția localnicilor asupra elementelor ce individualizează Bârsana

Nr. crt.	Atribute	Declarații localnici
1.	Porțile sculptate în lemn	„Nouă ne-a plăcut modelul cu colacul. Ca poarta asta sculptată nu e niciuna în Bârsana. Meșterul a vrut să facă poarta așa. În sat, numai noi am avut atunci și a zis « cum aveți voi poartă să nu aibă nimeni, și vreau să rămână amintire ». Și astea (alte porți) îs sculptate, dar nu-s așa ca a mea. Dintr-un singur lemn e făcută, cu cunună, cu picioare, au folosit un singur lemn de fag, l-au adus cu boii.”
2.		„Poarta e sculptată de un nepot. Colacul înseamnă înfrățirea, unirea, cum e legat colacul să fie și creștinătatea între oameni.”
3.		„Poarta am făcut-o acum 2 ani. Este mai greu de întreținut, dar ne place! Și acoperișul este făcut din draniță, care poate să fie simplă sau cu un model pe ea. Sunt sculptați colaci, ei semnifică bogăția pământului. Soarele semnifică lumina.”
4.		„Păi, colacii se spune că semnifică grâul, împletitura semnifică viața.”

5.	Locuri și activități	„Când ajung turiștii aici, ar trebui să vadă spălătoria, vâltoarea de spălat haine, mănăstirea, ar trebui să meargă la muzeu, la Toader Bârsan, școala-veche, prima școală- muzeul din Bârsana.”
6.		„Turiștii vin să viziteze cele mai vechi locuri, prima dată monumentul istoric ... dar și mănăstirea”
7.		„Cu ce ne mândrim noi mai tare e mănăstirea. Deci mănăstirea este pe primul loc.”
8.		„Deci la vâltoare se spală, de exemplu merg femeile de la noi și duc cergile sau cum ar fi covoarele la curățat și le aruncă acolo într-o cuvă mare unde le învârte apa.”
9.		„În primul rând, Bârsana e vizitată pentru mănăstirea care s-a făcut aici, pentru monumentul istoric care a intrat în Patrimoniul UNESCO, care are tablouri de sute de ani.”
10.		„Turiștii fac fotografiile din autocare, vin în fața porții și fac fotografii. Avem și o pensiune aici în zonă și când trec turiștii pe aici se opresc și fac poze.”
11.		„Mai mult vin la Mănăstire și la monumentul istoric pe care-l avem acolo sus. Se mai opresc să facă poze cu poarta și întreabă de cine e făcută.”
12.		„Se plimbă cu căruța, le place de obicei să se plimbe”.
13.	Gastronomie	„Deci, în primul rând la noi se fac sarmale, curechi umplute ... și acum, de obicei, în fiecare Duminică, lumea le mai face.”
14.		„Pancovele, adică gogoșile, nu sunt umplute și se zice că sunt cele mai bune.”
15.		„Încă se mai mănâncă tradițional, ca de exemplu mămăliga cu brânză, ceapă cu slănină, tocană, horincă, vârzara care reprezintă o placintă cu mărar și brânză, pită de mălai.”

Din punct de vedere al profilului de **turiști** ce pot vizita Bârsana, în urma analizei surselor bibliografice și a anchetei de teren, identificăm ca segmente țintă de public excursioniștii, familiștii, pelerinii dar și persoanele pasionate de cultură, istorie, obiceiuri. Un segment țintă mai particular îl reprezintă turiștii exploratori, în căutare de noi experiențe, ce va putea fi și mai mult amplificat în Bârsana prin organizarea unor ateliere tematice meșteșugărești (iconografie, țesut, sculptură).

Printre beneficiile emoționale ale turiștilor identificate, redăm pentru Bârsana atmosfera caldă și primitoare, liniștea și cunoașterea.

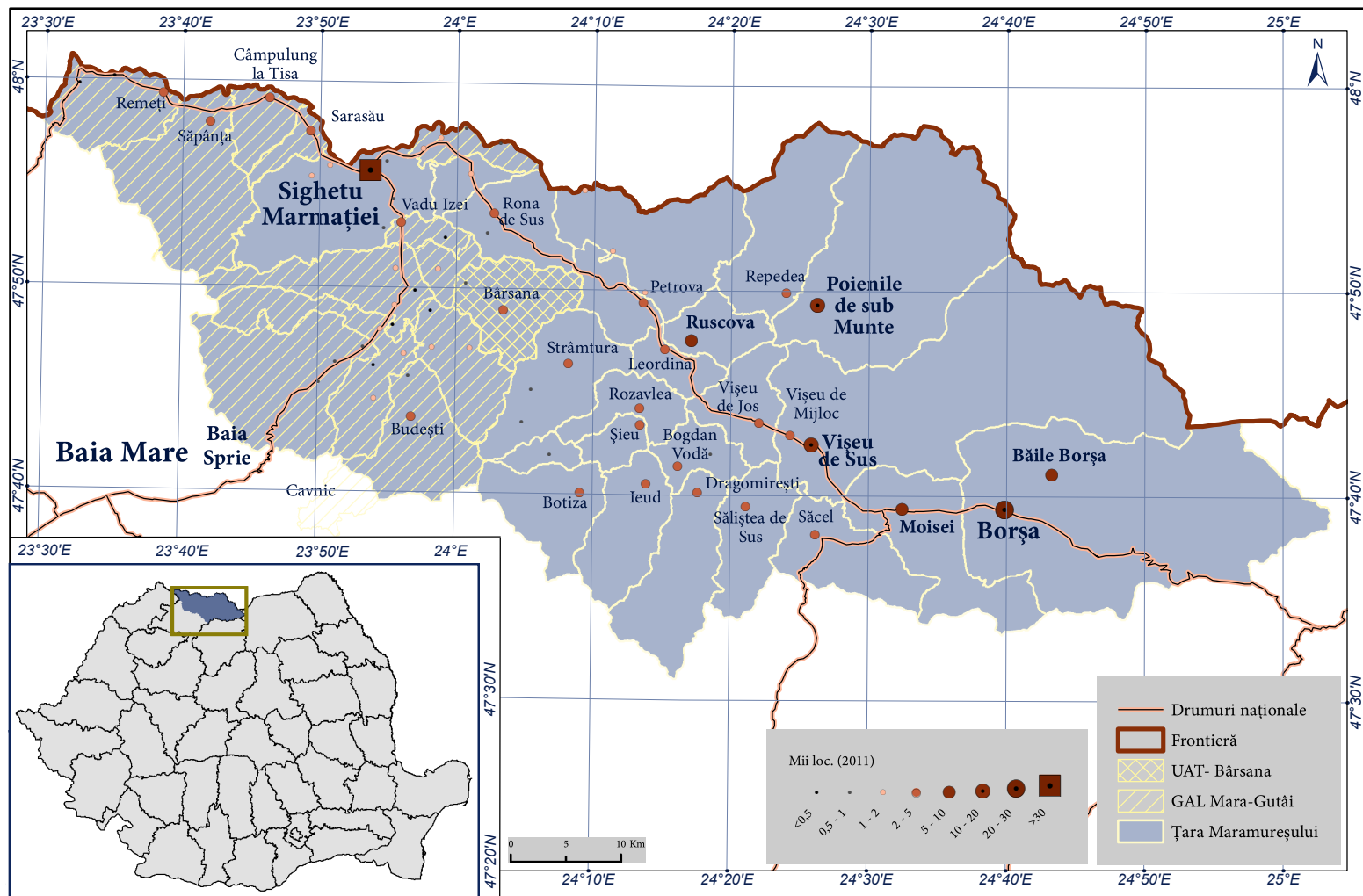


Figura 1. Amplasarea comunei Bârsana la nivelul spațiului mental maramureșan

Tabelul 3. Beneficiile emoționale percepute de turiști

Nr. crt.	Beneficii emoționale	Declarații turiști
1.	Atmosfera caldă și primitoare	„Oamenii, da, oamenii sunt calzi, primitori. La gazda noastră unde am dormit ... niște oameni extraordinari și doamna și domnul, totul a fost la superlativ.”
2.		„Foarte calzi. Săritori imediat, că noi prima dată când am venit n-am nimerit Bârsana ... N-am găsit-o ...”
3.	Liniște și relaxare	„Aici avem așa o ... liniște, ne simțim așa ... ca acasă.”
4.		„Am auzit că este un loc diferit și liniștit.”
5.		„Noi călătorim prin România și am auzit de bisericile din lemn și de aceea am dorit să venim și să vizităm. Am auzit că este un loc diferit și liniștit.”
6.		„Este uimitor, atât de frumos, atât de liniștit și de plăcut să vezi un stil de viață diferit văzându-i pe oamenii care locuiesc în acest loc, în comparație cu viața din oraș.”
7.		„Liniște ... relaxare ... meditație ...”
8.		„De obicei, când vizitez o mănăstire, așa mă gândesc la un loc de liniște, la un loc de, nu știu [...] reculegere da, că îmi lipsea termenul”.
9.	Cunoaștere	„Tocmai le-am explicat copiilor ce găsesc ca și simbolică în tot ce înseamnă construcție din lemn în zona Maramureșului istoric. [...] Deci, ce găsim aici nu găsim în nici una din celelalte zone, practic asta-i cea mai apropiată de ce-a fost în vremea dacilor.”
10.		„Aici, la Bârsana, am auzit că este o mănăstire desosebită și am vorbit cu niște colegi care sunt din zonă de aici și ne-au recomandat-o. Am intrat și pe internet, am observat că este ceva deosebit, n-am văzut nicăieri în țara noastră așa ceva și ne face deosebită plăcere ... că suntem aici.”
11.		„Ne-am dorit să vedem mănăstirea, că știam despre ea ... a mai fost mănăstire de maici.”
12.		„Da, aici e o muncă titanică, părerea mea personală, să sculpezi în lemn e ceva extraordinar, trebuie să ai și un dar, un dar de la Dumnezeu bineînțeles, o răbdare extraordinară, să poți să sculpezi în așa formă, că nu e sculptat orișicum, e sculptat așa ... cu măiestrie ... se vede că s-a pus suflet, da ...”

Dincolo de gospodării, cu anexele specifice, unde cel mai mult se individualizează porțile, și edificiile ecleziastice, Bârsana mai este cunoscută și prin alte repere identitare, imateriale, dar care pot fi asociate unei destinații turistice.

Tabelul 4. Alte repere identitare percepute de localnici

Nr. crt.	Caracteristici esențiale	Declarații
1.	Portul	„O cămașă durează și 6 luni, totul se face fir cu fir. Dar mă motivează faptul că începe să dispară aceste lucruri și e păcat de ele să le pierdem că sunt cele mai de preț lucruri pe care oamenii din Bârsana le au, ca și valori și nu numai. Cu lucrurile acestea ne identificăm noi.”
2.		„În Bârsana se folosesc anumite culori, de exemplu roșu/alb cu negru, sau opiniile. La Ieud se pune altfel șnurul, aproape că nu se vede ciorapul. În Bârsana cămeșile la bărbați sunt strânse cu manșete. Ne cunoaștem între noi în Maramureș în funcție de cum sunt îmbrăcați oamenii.”
3.		„Doar duminica și în sărbători! Și ne încălțăm cu opinci, ne punem zădie în față. Vara ne luăm cămașă, astea vechi sunt făcute dintr-un fir de cânepă și două de bumbac. Bărbații au cămașă cu mâneca largă, cusute cu mâna și avem și cu mâneca strâmtă la bărbați, dar sunt făcute la mașină.”
4.		„La noi numai după traistă îți dai seama de unde este un om. Înainte oamenii nu știau să citească și când trebuiau să ajungă în Bârsana se orientau după traistele oamenilor.”
5.		„Portul popular e foarte frumos, de sărbători toată lumea merge numai în port tradițional. Duminica se merge la biserică, dar nu se acceptă să mergi la biserică în pantaloni. Dacă mă vede mai ales bunica îmi spune « nu te duce că râde lumea de tine îmbrăcată așa ca și cum nu ai avea haine »”.
6.	Caracterul oamenilor (primitori, omenoși, muncitori, cu frică de Dumnezeu, talentați)	„Oamenii se mai ocupau cu crescutul oilor, munceau pământul și din asta trăiau! Încă mai lucrăm și acum pământul și avem și capre acasă. Să ajungi sus e ușor și tot ușor e să și cazi!”
7.		„Oamenii și-au respectat tradițiile pe care le-au preluat de la înaintași. Pe lângă harul acesta: măiestria, cioplitul în lemn, cu siguranță sunt oameni cu frică de Dumnezeu și de aia ne-au binecuvântat cu acest loc ... mănăstirea Bârsana”
8.		„Oamenii în sine, oameni pașnici, primitori ... nu ca la oraș ... închid ușa și nu comunică.”

9.		„Toată lumea a discutat pe bază de omenie, pe bază de a fi gazdă primitoare ... deci oricine a trecut prin comună, nu a existat om să nu îl omenească sau să nu îl primească.”
10.	Tradițiile	„Turiștii vin pentru Mănăstirea Bârsana, pentru tradiții, port.”
11.		„Bârsana era recunoscută în trecut pentru obiceiuri, jocuri care se făceau la serbări, colinde.”
12.		„Noi ținem portul, ținem obiceiul, tradiția.”
13.		„Se țin tradițiile la noi, merge lumea la biserică în port popular, merg și la mănăstire.”
14.		„Se revine la tradiție, în câțiva ani toată Bârsana o să fie plină de porți.”
15.		„Ne plac tradițiile și încă le păstrăm! Încă purtăm cămeși, zadii, sumnă, batic ...”

Porțile din lemn – marcă identitară pentru Bârsana

Despre continuitatea meșteșugului – arta cioplitorii în lemn – ne-au relatat inclusiv unii localnici: „[...] în trecut, oamenii din Bârsana erau cunoscuți pentru meșteșugul lemnului. Aici au fost cei mai mulți meșteri populari care au lucrat în lemn. Și acum mai sunt și în ziua de astăzi cei mai mulți. Mă bucur că încă promovează și tineretul. Sunt doi frați, frații Bârsan, care lucrează în sculptură și au echipe de tineret. Acuma va pleca o echipă în America să facă o biserică acolo.” (localnic, proprietar pensiune). Afirmatia este validată și de primarul comunei Bârsana, Teodor Ștefanca: „Un lucru foarte îmbucurător este că cioplitorii în lemn au preluat arta de la generațiile mai în vârstă și că și ei au învățat generații, exemplul cel mai elocvent este aici meșterul Bârsan Toader.”

În urma cercetării efectuate în teren în luna aprilie 2019, în Bârsana au fost reperate 107 porți tradiționale sculptate în lemn. Numărul acestora este cu mult mai mare comparativ cu alte locuri din Maramureș: Vadu Izei (22), Desești (11), Breb (15), Budești (21), Călinești (50) (Kosinszki S. et al., 2018).

Majoritatea gospodăriilor cu porți tradiționale din lemn sunt concentrate în centrul satului, dar și în zona proximală Mănăstirii Bârsana. Majoritatea porților sunt datate, anul fiind inscripționat, de obicei, pe pragul de sus al porțiței. Pentru porțile de lemn identificate s-a realizat o clasificare a acestora în funcție de numărul stâlpilor (pilonilor), cele mai comune fiind cele cu 3 piloni. Porțile contribuie la aspectul peisajului vernacular maramureșean, la nivelul întregii Țări a Maramureșului fiind reperate aproximativ 2000 porți. Se constată, de asemenea, coabitarea porților vechi, tradiționale cu cele noi, moderne, mult mai consistente numeric, unele făcând deja parte din categoria kitsch-ului (Ilieș G. et al., 2018).

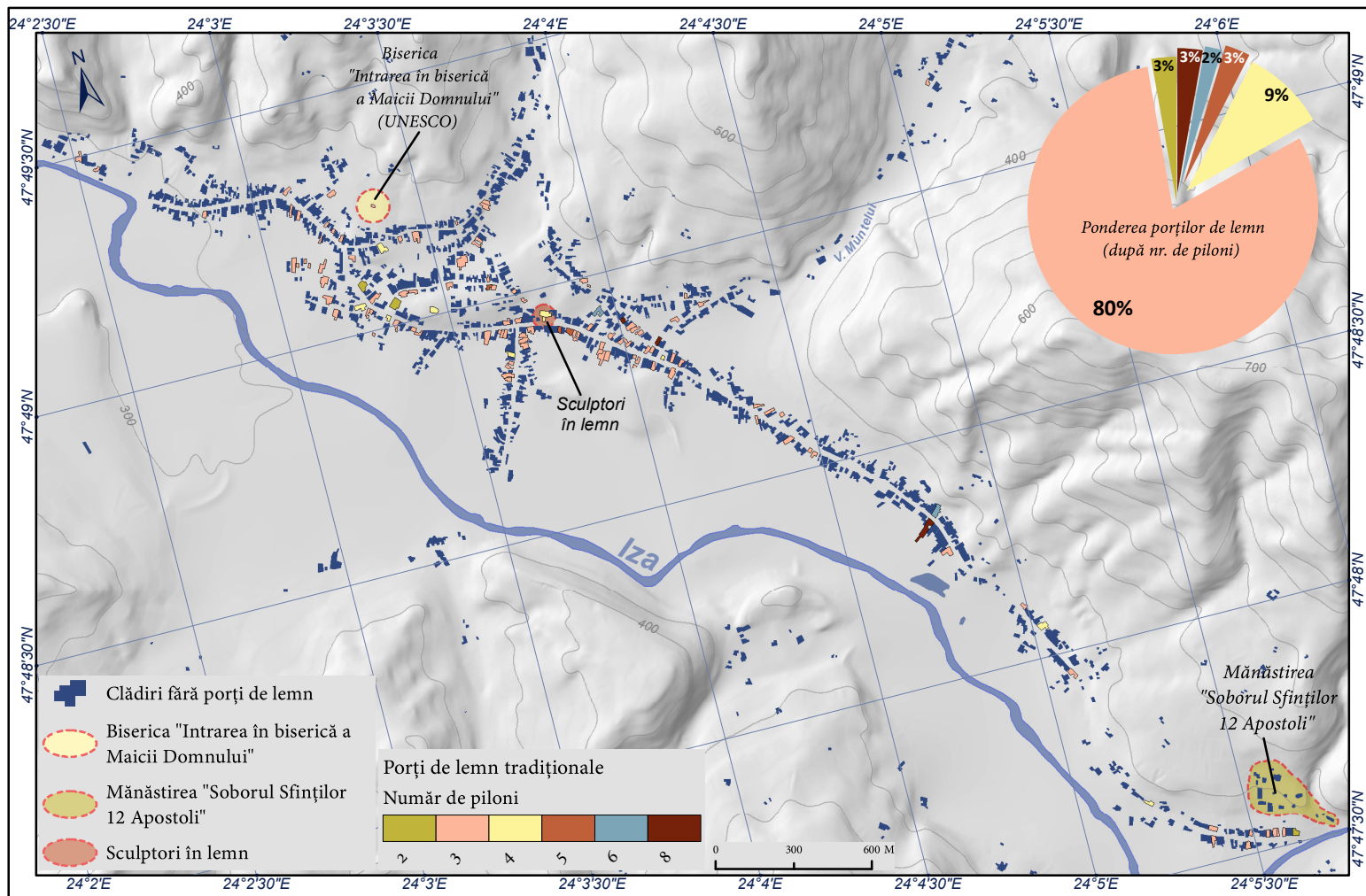


Figura 2. Elemente ale patrimoniului construit din Bârsana

Tabelul 5. Clasificarea porților din lemn, după numărul de piloni

2 piloni	3 piloni	4 piloni	5 piloni	6 piloni	8 piloni	Total
3	86	10	3	2	3	107

Edificiile ecleziastice din Bârsana – elemente de identitate spirituală

Alte 2 clădiri ce reprezintă rodul unor meșteri populari locali definesc spiritualitatea arealului și, totodată, au devenit mărturii ale măiestriei sculptorilor în lemn.

Primul edificiu religios îl constituie complexul monahal Bârsana, elaborat de arhitectul Dorel Cordoș, realizat din lemn de stejar, cu hramul „Soborul Sfinților 12 Apostoli”. Acesta include mai multe clădiri, precum biserica, altarul de vară, aghiasmatarul, stăreția, casa voievodală, Muzeul de icoane și carte veche Gavril de Bârsana, turnul – clopotniță etc.

Cea de-a doua clădire ecleziastică este biserica din lemn, cu hramul „Intrarea Maicii Domnului în biserică”, construită în stil gotic, cu acoperiș în două ape. Aceasta este înscrisă pe Lista Patrimoniului Mondial UNESCO.



Figura 3. Biserica de lemn „Intrarea Maicii Domnului în biserică” și complexul monahal „Soborul Sfinților 12 Apostoli” din Bârsana (de la stânga la dreapta)

Foto: Andriesei Sebastian

Crearea unui geodatabase asociat patrimoniului vernacular din Bârsana

Pornind de la identificarea patrimoniului vernacular existent în Bârsana, a fost realizat un geodatabase, căruia i-au fost asociate teme cu atribute distincte. Baza de date poate fi permanent actualizată și cu alte variabile și poate fi pusă la dispoziția factorilor de decizie interesați.

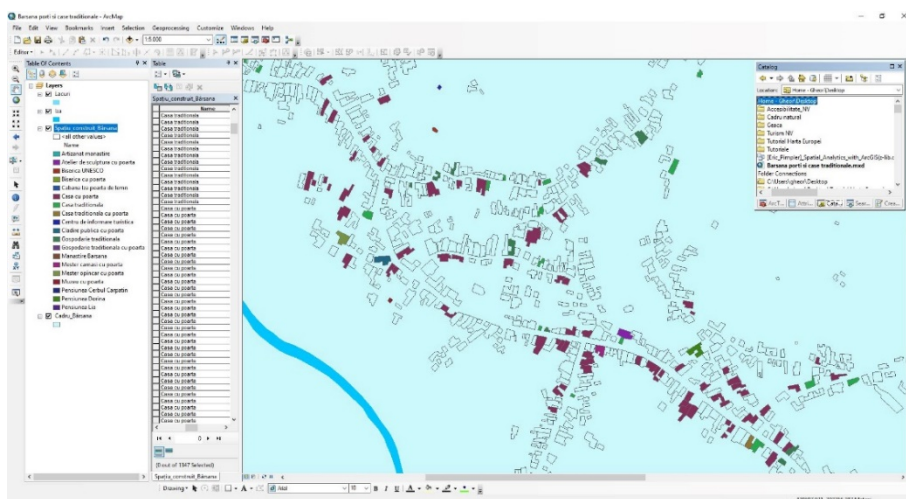


Figura 4. Structura unui geodatabase asociat patrimoniului vernacular din Bârsana

ANALIZA SWOT

Integrarea unității administrativ-teritoriale Bârsana unui spațiu mental geografic cunoscut ca un bazin de prelucrare tradițională a lemnului – Țara Maramureșului –, justifică existența unor artizani/artiști populari, produsul finit cel mai notoriu fiind porțile de lemn. Cu toată priceperea meșterilor populari, a porților sculptate în lemn existente, a importanței edificiilor ecleziastice din Bârsana, încă există o serie de elemente ce pot fi optimizate, de la crearea unei strategii de marketing turistic a comunei la crearea și actualizarea unei baze de date cu tot ceea ce are impact turistic la nivelul arealului analizat. Aspecte legate de o infrastructură turistică încă insuficient dezvoltată și cu curențe pe partea de promovare și ofertă ridicată de servicii turistice, dublate de o influență din ce în ce mai vizibilă a influențelor alohtone, definesc și ele comuna Bârsana. Dezvoltarea locală din Bârsana bazată pe turism reprezintă, și în opinia noastră, cea mai optimă direcție de dezvoltare, o serie de posibile măsuri în acest sens regăsindu-se și în analiza diagnostic.

Tabelul 6. Analiza SWOT a comunei Bârsana din punct de vedere turistic

Puncte tari	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> • Cadru natural favorabil activităților turistice; • Existența reliefului colinar cu diferențe semnificative de nivel; • Infrastructură de transport accesibilă; • Număr mare al structurilor de primire turistică; • Existența complexului monahal Bârsana și biserica inclusă în patrimoniul UNESCO; • Conservarea arhitecturii tradiționale; • Existența porților sculptate din lemn; • Concentrarea unui număr mare de meșteri populari în areal; • Diversitatea gastronomică; • Ospitalitatea localnicilor; • Receptivitatea autorităților locale față de dezvoltarea fenomenului turistic. 	<ul style="list-style-type: none"> • Slaba semnalizare turistică (ex. panouri informative); • Intensa exploatare a resursei forestiere; • Gestionarea necorespunzătoare a deșeurilor; • Migrarea populației spre zone mai dezvoltate; • Deficit de personal calificat în domeniul turistic; • Lipsa unei inventarii a resurselor naturale și antropice; • Slaba modernizare a unităților de cazare și alimentație publică; • Preluarea influențelor moderniste arhitecturale din spațiul internațional; • Insuficiența promovare/informare turistică pe plan local național și internațional (cataloge, broșuri, platforme online).
Oportunități	Amenințări
<ul style="list-style-type: none"> • Îmbunătățirea infrastructurii de transport; • Modernizarea infrastructurii bazelor de cazare și alimentație publică; • Conservarea arhitecturii tradiționale cu sprijin financiar din partea autorităților locale, dar și prin accesarea altor surse de finanțare disponibile, inclusiv fonduri europene; • Parteneriate cu specialiști în marketing cu scopul promovării fenomenului turistic; • Parteneriate între comunitățile locale; • Cursuri de calificare profesională pentru comunitatea locală; • Valorificarea meșteșugurilor și tradițiilor prin înființarea unor școli și ateliere tematice; 	<ul style="list-style-type: none"> • Presiunea asupra comunității locale cauzate de un control necorespunzător al fenomenului turistic; • Dispariția autenticității locului; • Dispariția meșteșurilor populare; • Migrarea populației spre zone mai dezvoltate.

<ul style="list-style-type: none"> • Crearea de locuri de muncă pentru populația locală și stoparea fenomenului de migrare; • Încurajarea localnicilor de a-și păstra casele tradiționale prin scutirea de impozite și taxe; • Crearea unui brand cu scopul de a avea o imagine cât mai clară a destinației crescând astfel numărul turiștilor în areal; • Promovarea unor circuite tematice în parteneriate cu operatorii din turism; • Amplasarea unor panouri/indicatoare turistice. 	
--	--

CONCLUZII

Din combinarea rezultatelor obținute, prin crearea unei baze de date asociată patrimoniului vernacular din Bârsana, cu câteva oportunități de dezvoltare ale comunei Bârsana, mai ales din punct de vedere turistic, menționăm:

- necesitatea creării unei baze de date accesibilă tuturor factorilor de decizie interesați, asociată patrimoniului cultural local, și nu numai;
- promovarea turistică a Bârsanei prin acțiuni de conservare a arhitecturii tradiționale a porților din lemn, fapt reclamat și de localnici: *„Vreau să mă întorc la lemn, asta ne reprezintă și vreau să promovăm mai mult meșterii locali”; „... doresc să îi ajut eu, ca și instituție să promovez mai mult. Cu siguranță, va fi în avantajul lor și în ceea ce privește marketingul”, „îmi doresc ca Bârsana să fie un brand în arta lemnului a cioplitului și sper să reușim”, „Vreau să îi fac pe oameni să înțeleagă că este un avantaj să păstrăm tradiția, în același timp pot obține un venit suplimentar”; „În primul rând, când vorbim de Bârsana, toată lumea știe că aici la noi sunt cele mai frumoase porți din lemn, iar porțile acestea din lemn le-au făcut meșterii noștri” sau de autoritățile locale: „Ca instituție ne dorim să nu se piardă meșteșugul cioplitului. În continuare, să încurajăm meșterii, să transmitem copiilor și nepoților cioplitul în lemn”, „Eu îmi doresc să emit o hotărâre de consiliu în care toate fațadele să se vopsească doar într-o anumită culoare. Aș putea să încurajez oamenii prin reducerea impozitului.”. „Intenționăm să facem o școală, să accesăm fonduri, să facem un loc unde să învățăm copiii să cioplească. Eu zic că dacă vom reuși să implementăm și acest lucru va fi un*

mare avantaj pentru localnici cât și pentru cei care vin. Bârsana e o localitate foarte veche, cu istorie și tradiție”.

- dezvoltarea turismului religios axat pe complexul monahal al Mănăstirii Bârsana, demers deja luat în evidență de primar și de gestionarii mănăstirii: „[...] acum fiindcă vorbim despre turismul religios, îmi doresc ca omul când vine și să viziteze mănăstirea, care este o capodoperă cu tot ce înseamnă arhitectură, să trăiască și o experiență spirituală”, „practic îmi doresc să promovez localitatea prin turismul religios”, „Mănăstirea este deschisă pentru gestionarea unui flux mai mare de turiști, organizăm și ateliere tematice. Ne-am axat pe pictură pe sticlă (iconografie) și broderie. Ne dorim să desfășurăm ateliere de demonstrație pentru a oferi o experiență turiștilor.”
- crearea unei strategii de marketing pertinentă;
- personalizarea pachetelor turistice oferite și multiplicarea acestora în rândul tour-operatorilor;
- crearea unor ateliere locale prin promovarea unor tehnici de lucru tradiționale în ceea ce privește obiectele sculptate în lemn.

Ca o viitoare direcție de conservare a patrimoniului cultural bârsan, se poate avea în vedere aplicarea unor tehnologii inovative de scanare și modelare 3D a elementelor patrimoniale, indiferent că vorbim de patrimoniu material sau imaterial.

BIBLIOGRAFIE

- Bilțiu P.** (2010), *Prelucrarea artistică a lemnului în arta populară din Maramureș*, Edit. Eurotip, Baia Mare.
- Bushmakina Y.V., Balyberdina P.A., Dmitrieva M.K., Gogleva M.V.** (2017), *The use of GIS for studying cultural heritage and historical urban landscape: the case of Perm and Ussolje (Russia)*, Ge-conservacion, 11, 264-271.
- Comisia Europeană** (2019), <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/digitisation-digital-preservation>, Accesat în 20.09.2019, ora 15.00.
- Consortiul CHCfE** (2015), *Raportul CHCfE. Patrimoniul cultural contează pentru Europa*, București.
- Dăncuș M.** (2010), *Arhitectura vernaculară și alte valori ale culturii populare în colecțiile Muzeului Etnografic al Maramureșului*, Edit. Dacia XXI, Cluj-Napoca.

- Kosinszki S., Barz Mirela Ana, Nemeş Nicoleta** (2018), *Poarta maramureşeană*, Sighetu Marmăţiei.
- Ilieş Gabriela, Ilieş M., Hotea M., Simion Alina Simona, Bumbak S.V.** (2018), *What Future for the Land of the Wooden Civilisation? Vernacular Architecture From Maramureş as Subject of a Long Standing Debate*, *GeoJournals of Tourism and Geosites*, 22 (2), 585-596.
- Institutul Naţional al Patrimoniului** (2019), <http://egispat.inp.org.ro>, Accesat în 20.09.2019, ora 12.50.
- Mănăstirea Bârsana** (2019), <http://manastireabarsana.ro/joomla/>, Accesat în 15.09.2019, ora 10.00.
- Ministerul Culturii** (2015), *Lista monumentelor istorice*.
- Oberländer-Târnoveanu I.** (2002), *Un viitor pentru trecut. Ghid de bună practică pentru protejarea patrimoniului cultural*, CIMEC.
- Peisaje Arheologice. Perspective, istorie şi evoluţie** (2019), <https://peisaje-arheologice.ro>, Accesat în 20.09.2019, ora 15.00.
- Primăria comunei Bârsana** (2019), <http://barsana.clickglobal.ro>, Accesat în 20.09.2019, ora 12.09.
- Repertoriul Arheologic Naţional** (2019), <http://ran.cimec.ro>, Accesat în 20.09.2019, ora 12.45.
- UNESCO** (2009), *Charter on the Preservation of the Digital Heritage*.
- UNESCO** (2019), <https://en.unesco.org>, Accesat în 20.09.2019, ora 12.26.



CREAREA UNEI RUTE CULTURALE TEMATICE. STUDIU DE CAZ: CIMITIRUL VESEL DE LA SĂPÂNȚA

Andrei-Marius CÎRCU¹

Silvana CRIȘAN²

Adrian-Daniel MUNTEAN³

Daiana CURTUIȘAN⁴

¹ Student, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

² Masterandă, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

³ Student, Facultatea de Geografie, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

⁴ Elevă, Colegiul Național „Gheorghe Șincai”, Baia Mare.

REZUMAT – Acest studiu are ca principal scop includerea Cimitirului Vesel pe Ruta Culturală Europeană a Cimitirelor Semnificative. Prin valențele sale tradiționale, stilul original de descriere a vieții obștești pe epitafurile ludice și situarea în cadrul Țării Maramureșului, Cimitirul Vesel din Săpânța se individualizează prin caracterul său unic. Pentru a-i crește nivelul de aplicabilitate în sfera turismului negru, acest cimitir necesită o inițiativă care trebuie să angreneze comunitatea și actorii locali implicați. Ca repere metodologice a fost utilizată o cartare a celor 2 cimitire din Săpânța, redată cartografic, în funcție de anumite atribute a crucilor reprezentate, dar și o anchetă socială transpusă prin aplicarea unor interviuri semi-structurate unor stakeholderi reprezentativi și a 156 chestionare online unor potențiali turiști. Rezultatele reflectă unicitatea și originalitatea celor 2 cimitire din Săpânța, existența unor continuatori ai păstrării specificului tradițional al cimitirelor, dar și aspecte mai puțin optimizate cum ar fi managementul cimitirelor și promovarea punctiformă a acestora.

Cuvinte cheie: Cimitirul Vesel, amenajare teritorială, percepția turiștilor, rută culturală, turism negru

INTRODUCERE

Justificarea temei

Maramureșul istoric încadrează în granițele sale o abundență de elemente patrimoniale complexe, mărturie a comunităților locale direct implicate, utile atât lor cât și comunității științifice și sectorului turistic. Aici, pe lângă patrimoniul natural, conlucrarea etniilor a generat un patrimoniu cultural mozaicat, fie el material sau imaterial. Articolul exploatează latura ludică a maramureșeanului, care și-a creat un loc de veci cu o atmosferă viu colorată, cu aspect tradițional, și cu o regândire a mesajului inscripționat pe epitaf.

Cimitirul Vesel de la Săpânța este, fără îndoială, unul dintre cele mai importante cimitire din România, fiind unic, dacă nu la nivel mondial, cel puțin pe plan european, prin raportarea la moarte. Ideea lui Stan Ioan Pătraș de a face dintr-un cimitir un crâmpei din viața satului maramureșean a adus recunoașterea internațională nu doar a Săpânței, ci și a Maramureșului.

În prezent, Cimitirul Vesel se bucură de o notorietate internațională, recunoaștere care a pus comuna Săpânța pe harta statelor lumii. Prin acest proiect, propunem includerea acestui cimitir pe Ruta Culturală Europeană a Cimitirelor Semnificative. Atingerea acestui scop ar crește numărul de cimitire culturale din România la 3, pe ruta culturală fiind incluse deja Cimitirele Bellu din București și

Hajongard din Cluj-Napoca. Mai mult, din punct de vedere al cimitirelor semnificative, acest demers ar adăuga, lângă Cluj-Napoca și București, și comuna Săpânța și ar putea influența, în bine, dezvoltarea arealului învecinat, fie că vorbim de Sighetu Marmăției sau de celelalte sate incluse Țării Maramureșului.

Obiective

Scopul principal al acestui proiect a constat în includerea Cimitirului Vesel din Săpânța pe Ruta Culturală Europeană a Cimitirelor Semnificative. Obiectivele specifice care au fost ținute pentru realizarea obiectivului general sunt:

- analiza situației existente, atât prin raportarea la Cimitirul Vesel din Săpânța dar și a modului în care cimitirele comunităților locale pot influența practicarea unui turism de nișă;
- cartarea crucilor din Cimitirul Mare (cimitirul vechi) și din Cimitirul Vesel (cimitirul nou);
- formularea unui dialog cu autoritățile locale și meșterii cioplitori în lemn din comună;
- analiza percepției potențialilor turiști asupra practicării turismului negru, în mod implicit a vizitării Cimitirului Vesel;
- realizarea unei analize SWOT;
- propunerea unor activități turistice și complementare spre a înlesni practicarea turismului în zonă și includerea cimitirului în circuitul cultural european;
- formularea unor concluzii utile tuturor actorilor locali interesați.

Contextul teoretic

În opinia lui Rabotić (2012), mai mulți termeni sunt utilizați pentru vizitele turistice la locuri asociate cu moartea, durerea și războiul – turism întunecat, turism negru, turismul punctelor negre, thanaturism, turism morbid, turism de jelire etc. Aproximativ 800 locuri din 108 țări sunt listate pe website-ul turismului negru (<http://www.dark-tourism.com/>), dintre care mai cunoscute sunt lagărele de concentrare ale regimului nazist (Auschwitz-Birkenau din Polonia, Dachau din Germania), centrala nucleară de la Cernobîl (Ucraina), Hotelul Overlook (SUA), Castelul Bran (România).

Turismul negru este definit de Foley și Lennon (1996) ca fiind „*fenomenul care încapsulează prezentarea și consumul (de către vizitatori) a siturilor reale și comodificate ale morții și dezastrelor.*” Cei doi autori sunt, de multe ori, considerați

pionierii teoreticieni ai acestei forme de turism. *Turist al mormintelor* (Tombstone tourist) (alternativ *entuziast al cimitirelor*, *turist al cimitirelor*, *vânător de morminte*, *săpător* (graver), *tapofil*) descrie un individ care are o pasiune pentru cimitire, epitafuri, fotografie, artă și istoria morții (Stanton, 2003). Turismul negru poate fi încadrat ca *turism de interes special* (TIS, en. *Special Interest Tourism STI*). Acesta nu este sinonim cu turismul alternativ, călătoria etică sau ecoturismul. TIS se referă la călătoriile cu scopul principal de a satisface interese speciale, precum hobby-uri, activități fizice și interes pentru subiecte sau destinații specifice (Rabotić, 2012).

Pentru a înțelege această formă de turism, trebuie să înțelegem cimitirul ca unitate de bază a desfășurării ritualului funebru. Conform lui Matlovič (2001), mormântul este o formă de suprafață, care este definită spațial și creată prin combinarea elementelor subterane (groapa) și de suprafață (piatra de mormânt, capacul, crucea). Îngroparea decedatului este tipică religiilor creștină, musulmană și iudaică. Pornind de la această definiție, putem defini cimitirul ca o îngemănare a activității umane și a suportului natural. Cimitirul este rezultatul activității de depozitare organizată a rămășițelor umane. Hupková (2009) afirmă că „*cimitirele sunt o parte importantă a moștenirii culturale. Cimitirele combină mesajul cultural material și mesajul istoric, care sunt prezentate pe morminte, simboluri și epitafuri cu mesaje spirituale. Astfel, apare atmosfera specifică care reflectă cultura localnicilor*”. După cum afirmă Schmidt (2017), cimitirele au reprezentat obiective turistice importante încă de acum 200 ani. Cimitirul Green-Wood era singurul spațiu verde din New York, în 1838, și era a doua cea mai populară atracție turistică din SUA (Cascada Niagara fiind prima).

Un exemplu de turism incipient în relație cu moartea și muritul, care a fost mai mult sau mai puțin organizat, este reprezentat de lupta gladiatorilor din Roma, precum și pelerinajul spre execuțiile publice din Evul Mediu. Alt exemplu este spectacolul execuției a 2 ucigași în Anglia anul 1838. La acest eveniment s-a facilitat transportul audienței cu trenul (Krokusova, 2015, p. 84). Maccannell (1989) afirmă că vizitatorul Parisului a fost precedat de vizite la morgă în secolul al XIX-lea, fapt ce ar putea fi considerat un precursor al Muzeului „Body World’s Exhibitions”. Seaton (1999) se alipește ideii că moartea, suferința și turismul au existat în interacțiune mutuală pe parcursul secolelor. De exemplu, el arată însemnări existente ale vizitelor câmpului de luptă de la Waterloo din 1816, unde vizitatorii au putut observa în mod direct desfășurarea luptelor, mai bine zis decedarea participanților (Seaton, 1999, citat de Krokusova, 2015).

Sharpley și Stone (2009) propun o categorisire a turismului întunecat, redată în Tabelul 1.

Tabelul 1. Locații ale turismului negru

<i>Locuri periculoase: destinații periculoase din trecut și prezent</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Case ale groazei • Destinații periculoase
<i>Case ale groazei: clădiri asociate cu moartea și groaza, fie autentice sau create</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Temnițe ale morții • Hoteluri atroce
<i>Câmpuri ale fatalității: areale / suprafețe care comemorează moartea, frica, faima sau infamia</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Câmpuri de luptă sângeroase • Iadul unui Holocaust
<i>Tururi ale chinului: tururi/vizite ale atracțiilor asociate cu moartea, uciderea și haosul</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Haos și crimă • Infam actual
<i>Thanatos tematic: colecții/muzee tematice în jurul morții și suferinței</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Muzee morbide • Monumente ale moralității

Sursa: Sharpley, Stone (2009)

Prima agenție turistică care s-a specializat în turism întunecat a organizat călătorii la Lakehurst, New Jersey, locul dezastrului aerian al zeppelinului Hindenburg din 1937 (Tomašević, 2018, p. 15).

Pe de altă parte, un alt concept, nou și utilizat în asociere cu diferite forme de turism practicate, este cel de **rută culturală**, un concept inovativ pentru a descrie o experiență de călătorie. Este un produs unic al turismului creativ care conectează tematic diferite atracții și destinații turistice în cadrul uneia sau mai multor țări.

Conform definiției Consiliului Europei, ruta culturală este prezentată drept „[...] o moștenire culturală și educațională precum și un proiect turistic de cooperare care țintește spre dezvoltarea și promovarea unui itinerar sau a unei serii de itinerarii bazate pe o rută istorică, un concept cultural, o figură sau fenomen cu o importanță transnațională și relevanță pentru înțelegerea și respectul valorilor comune europene” (Consiliul Europei, 2010/1).

Conceptul de rută culturală este complex și multidimensional, incluzând o rețea de situri sau arii geografice pe o tematică dată și care se raportează la specificitățile teritoriului vizitat (Graf & Popescu, 2016, p. 25). Câteva exemple de rute culturale europene includ: Ruta de Pelerinaj Santiago de Compostela, Ruta Hanseatică, Rutele Viking, Căile lui Mozart, Ruta Feniciană, Rutele Măslinului ș.a.m.d. (Graf & Popescu, 2016).

Cimitirele semnificative sunt acele cimitire deschise publicului, cu rol de muzeu în aer liber, importante din punct de vedere arhitectural, care oricum ar fi reflectă evoluția culturală, istorică și socială a orașelor sau metropolelor în care se află (ASCE, 2013, p. 4). Ele au potențial turistic și capacitatea de diseminare a bogăției sociologice și arhitecturale a țării. În lume, cimitire mai faimoase sunt Cimitirul

Național Arlington (cu mormintele soldaților SUA), Cimitirul St. Louis din New Orleans, Forest Lawn Memorial Park, Westwood Village Memorial Park Cemetery, USS Arizona Memorial, YadVashem din Ierusalim (ce adăpostește victime ale Holocaustului), Khmer Rouge Killing Fields din Cambodgia etc.

În Europa, ASCE este o rețea globală non-profit care conține organizații private și publice cu scopul de a îngriji cimitirele considerate cu valoare artistică sau istorică de pe continent. ASCE a aprobat, în ultimul deceniu, 150 cimitire cu valoare culturală, din care multe sunt pe Ruta Culturală Europeană a Cimitirelor Semnificative. Pentru a aminti doar câteva din cele peste 50 cimitire, menționăm Cimitirul Père-Lachaise din Paris, Cimitirul Central din Viena și Cimitirul Glasnevin din Dublin.

Ruta Europeană a Cimitirelor este un produs de turism consolidat care promovează cimitirele ca moșteniri culturale ale Europei. Ruta nu este un itinerar ci o ofertă a numeroase cimitire deschise publicului. Cimitirele sunt parte a destinației de vizitat și un obiectiv crucial pentru înțelegerea acestor orașe și metropole.

În general, toate cimitirele se află în orașe de dimensiuni medii sau mari din punct de vedere demografic. Cele mai mici orașe ca populație ce găzduiesc cimitire sunt orașele spaniole Arenys de Mar (cu 15.000 locuitori) și Monturque (cu 1.900 locuitori). O eventuală includere a Săpânței ar face-o a doua cea mai mică localitate ca populație de pe întreaga rută culturală (3.700 locuitori).

Figura 1 reprezintă o inventariere a cimitirelor semnificative la nivel european, cât și localizarea potențială a Cimitirului Vesel ce poate fi încadrat pe Ruta Culturală a Cimitirelor din Europa. S-a realizat o clasificare a densității cimitirelor la nivelul fiecărei țări din Europa, sursa utilizată fiind Ruta europeană a cimitirelor, propusă de Consiliul Europei.

Datorită faptului că turismul este direct proporțional cu numărul de obiective turistice, s-a observat și în acest caz o similitudine, țările cu o densitate mai mare de cimitire sunt, de regulă, cele mai intens vizitate de către turiști atât din interiorul țării cât și internaționali. Cel mai mare număr de cimitire a fost localizat în Spania, singura țară cu 28 cimitire semnificative, urmată de Italia, cu 22, apoi Marea Britanie cu 12. Franța și Suedia ocupă același loc, cu 7 cimitire; urmate de Croația și Irlanda cu câte 5, Austria cu 4, Grecia și Belgia cu 2; România, Lituania, Estonia, Olanda, Danemarca și Portugalia dețin câte 2 cimitire, iar Serbia, Bosnia, Polonia, Rusia și Norvegia doar unul. La momentul actual, România deține doar două cimitire recunoscute la nivel internațional, și anume Cimitirul Central din Cluj-Napoca și Cimitirul Bellu din București.

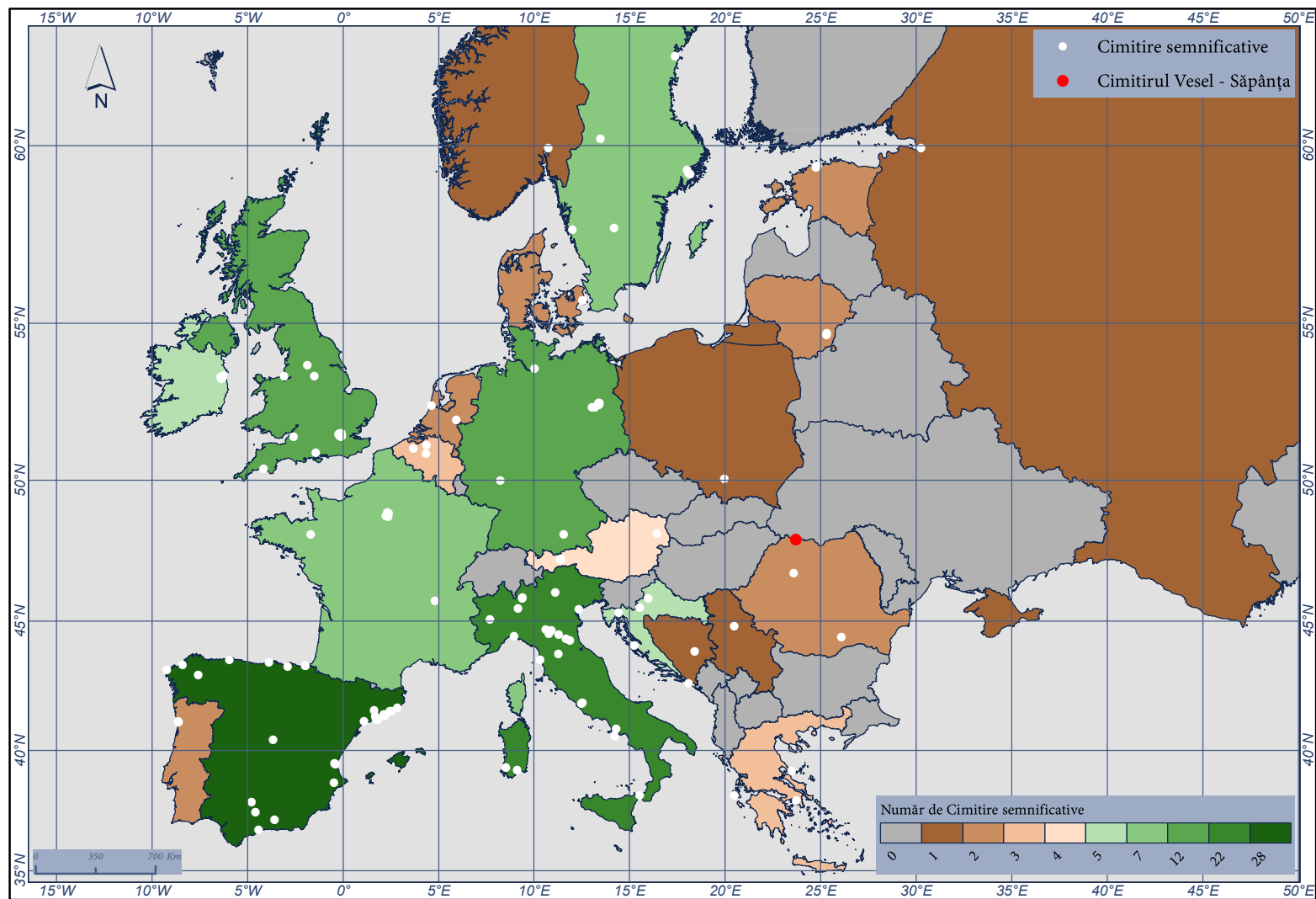


Figura 1. Cimitire semnificative la nivel european

În anumite cazuri, cimitirele pot fi ultimele bastioane de spațiu verde ale cetățenilor localității în societatea „de beton”. Astfel, oamenii caută să se refugieze în aceste oaze verzi. Un studiu realizat în Cimitirul Național din Budapesta a arătat că 84% dintre vizitatori au menționat plimbatul ca activitate principală. De asemenea, în timpul vizitei exercițiile fizice și activitățile culturale au fost realizate simultan (Pécsek, 2015). Vizita la cimitir poate furniza ocazia vizitatorilor de a contempla și reflecta asupra propriei morți. Stone și Sharpley (2008) argumentează că, într-un context social în care moartea este separată de viața publică, mulți simt anxietate și izolare atunci când se gândesc la moarte. Astfel, găsesc căi social acceptabile de a-și satisface curiozitatea și fascinația în relație cu moartea și de a găsi însemnătate propriei existențe.

Amenajarea cimitirelor poate implica întreaga comunitate locală, așa cum a fost cazul Slovaciei. Într-un cimitir simbolic din Carpați, cimitirele au fost amenajate și finanțate de mulți agenți: membrii Salvamont Slovacia, Clubul Seniorilor Salvamontiști, orașul Banská Bystrica, regiunea autonomă, Clubul Turiștilor Slovaci și alții (Krokusova, 2015, p. 81).

De asemenea, cimitirele pot atrage turiști prin valența lor istorică. Un studiu realizat în Cimitirul Glasnevin din Dublin a concluzionat că, din 30 turiști intervieuați, majoritatea au venit la cimitir nu pentru latura sa macabră, ci pentru valența sa istorică. De fapt, se pare că latura macabră este căutată de un număr mult mai mic de turiști decât latura istorică sau cea recreațională. Din acest raționament, actorii locali trebuie să caute să satisfacă aceste nevoi.

Cimitirele cu o valoare arhitectonică și culturală importantă ar trebui să organizeze tururi ghidate în mod regulat, concerte de muzică clasică (nu doar de sărbători), să finanțeze un centru de informare cu coffee shop, suveniruri și broșuri și să plănuiască activități extensive de marketing (Tomašević, 2018, p. 22). Astăzi, cimitirele pot fi promovate ca o sursă de venit directă sau indirectă prin personalizarea valențelor comerciale. Multe organizează concerte, conferințe, piese istorice, show-uri muzicale și de dans, curse de biciclete, proiecții de film și alte evenimente. Interesul în cimitirele americane crește în perioada Halloween-ului (Schmidt, 2017).

METODOLOGIE

În elaborarea acestui studiu au fost aplicate mai multe metode necesare pentru îndeplinirea obiectivelor propuse prin care atât informațiile cât și datele primare și secundare au fost colectate, prelucrate și interpretate în scopul evidențierii

proceselor și fenomenelor care susțin înscrierea Cimitirului Vesel din Săpânța pe Ruta Culturală Europeană a Cimitirelor.

Metoda principală specifică științelor socio-umane, metoda anchetei, a fost folosită pe de o parte pentru a obține o serie de date de la potențialii turiști despre percepția pe care o au asupra practicării turismului negru în general și a Cimitirului Vesel în mod particular, iar pe de altă parte, pentru a ne argumenta ideile am obținut informații verbale din partea oamenilor de frunte ai satului Săpânța. Tehnicile aplicate au fost chestionarul, care a servit la obținerea informațiilor geografice și de factură socio-umană, și interviul.

Chestionarul a fost realizat online, în Google Forms. Acesta cuprinde 3 întrebări legate de datele de identificare ale respondenților și 13 itemi specifici temei de cercetare urmărite. În structura chestionarului au fost folosiți atât itemi cu caracter deschis, în care se putea argumenta răspunsul, cât și itemi cu caracter închis. Chestionarul a fost distribuit la nivel național, pe diferite platforme online, timp de 38 zile, în perioada 13 aprilie - 20 mai 2019. Pentru analizarea și interpretarea chestionarelor s-a utilizat soft-ul Microsoft Excel 365. Am obținut un eșantion de 156 persoane. Procentul cel mai mare este dat de populația tânără, 83% au vârsta mai mică de 25 ani, 10% au vârsta cuprinsă între 25-30 ani (majoritatea studenți), 4% între 30-40 ani, 2% între 40-60 ani, iar procentul cel mai mic de 1% este reprezentat de respondenți cu vârsta peste 60 ani. Cei mai mulți subiecți chestionați sunt de gen feminin 63%, restul de 37% fiind de gen masculin.

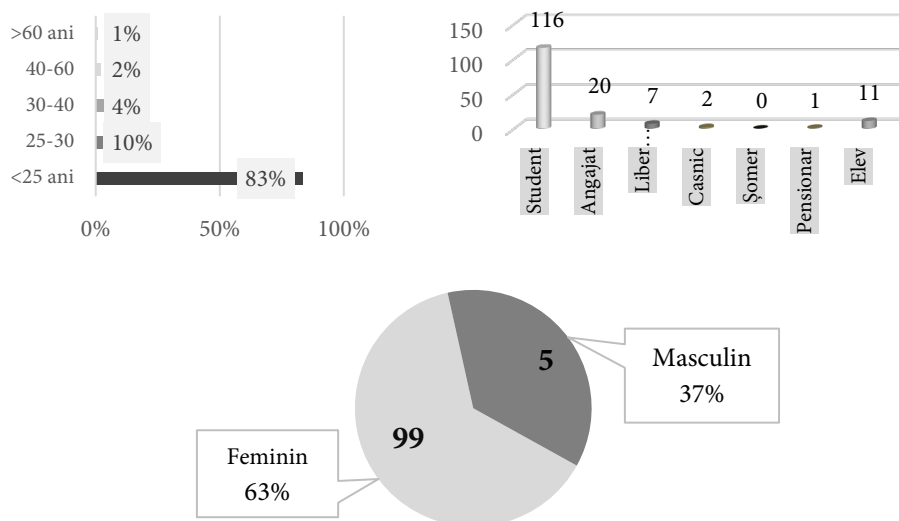


Figura 2. Caracteristicile demografice ale respondenților (vârsta, domeniu profesional, gen)

Pe perioada documentării pe teren (15-19 aprilie 2019), am apelat la tehnica interviului, bazată în mare parte și pe metoda istorică, care ne-a permis să urmărim evoluția temporală a fenomenului cultural și turistic întâlnit la Săpânța. S-au realizat 4 interviuri semi-structurate și s-au evidențiat următoarele aspecte: cine este autorul cimitirelor și al epitafurilor, care este modul de confecționare a crucilor, ponderea etniilor în localitatea Săpânța, dacă cimitirul este inclus în lista Patrimoniului UNESCO, interesul autorităților locale pentru includerea Cimitirului Vesel pe ruta cimitirelor semnificative, necesitatea traducerii epitafurilor, existența unor forme de promovare din exterior, o estimare a efectivului de turiști. Persoanele intervievate au fost artistul popular Dumitru Pop-Tincu, viceprimarul comunei Săpânța, Pop Gheorghe, preotul Grigore Luțai și muzeograful Casei Ioan Stan Pătraș.

Pentru elaborarea unei reprezentări simplificate care să păstreze doar trăsăturile esențiale ale fenomenului analizat s-a apelat la metoda modelării. Pe baza interpretării interviurilor, chestionarelor și datelor preluate din teren s-au construit mai multe modele grafice convenționale precum diagrame și hărți.

Tabelul 2. Instrumente de lucru utilizate

Etapă	Soft/aparat
Colectare date	GPS Oregon 600, Reportofon OLYMPUS, Aparate foto: NIKON D5200 și D500, Canon 5d
Prelucrare date	ArcGIS10.6, Microsoft Excel 365, Google Earth Pro, Adobe Lightroom
Interpretare date	ArcGIS10.6, Microsoft Excel 365
Redactare articol	Microsoft Office Word 365, Microsoft Excel 365

Tabelul 3. Caracteristici ale datelor utilizate

Denumire date	Tip date	Grad de prelucrare	Metodă
Basemap	Raster (poligon)	Date primare	Cartografică
Unități administrativ-teritoriale	Vector (poligon)	Date primare	Cartografică
Județ	Vector (poligon)	Date primare	Cartografică
Elemente componente cimitirelor	Vector (poligon)	Date originale	Cartografică
Țări Europa	Vector (poligon)	Date prelucrate	Cartografică
Cimitire Europa	Vector (punct)	Date prelucrate	Cartografică
Material fotografic	JPG	Date originale	
Date cantitative	Text	Date primare	Anchetă socială
Material audio	Mp3	Date primare	Anchetă socială

Metoda cartografică, prin juxtapunere cu metoda analizei, a permis conturarea unei analize cartografice a arealului de studiu, atât la nivel local, cât și la nivel național și european. În prima parte s-au colectat datele spațiale, prin cartarea mormintelor, care în Cimitirul Mare dețin doar cruci de lemn iar în Cimitirul Vesel toate tipurile, inclusiv cele fără cruci. În Cimitirul Mare, cartarea s-a realizat prin prelevarea punctelor GPS, cu un GPS Oregon 600 și un aparat foto NIKON D5200, fiecare punct fiind înregistrat cu numele fotografiei. În Cimitirul Vesel, cartarea s-a realizat în mod similar; mormintele au fost numerotate și grupate pe rânduri, urmând ca fiecărui mormânt să i se atașeze o fotografie față/verso cu numele acesteia, poziția mormântului în raport cu aleea, rândul și numărul crucii. Partea a doua a constat în editarea tuturor fotografiilor realizate pe teren, cu ajutorul aplicației Adobe Lightroom, urmată de realizarea hărților (amplasarea spațială a zonei de studiu, ruta europeană a cimitirelor semnificative, prin utilizarea unor date de tip vector - punct și poligon, Cimitirul Vesel – situația existentă, Cimitirul Mare – situația existentă). Pentru fiecare mormânt cartat s-a construit un poligon de tip raster cu $l=0,85$ m și $L=2,29$ m, pentru Cimitirul Vesel stabilindu-se o distanță între rânduri de 0,4 m. Materialul cartografic a fost realizat în ArcGIS 10.6. Partea finală a metodei cartografice a constat în crearea de hiperlinkuri de tipul *Link to a Document* pentru toate mormintele cu cruce din lemn. Celor care dețineau cruci din beton, fier sau alte materiale precum și celor fără cruci nu li s-a creat un hiperlink.

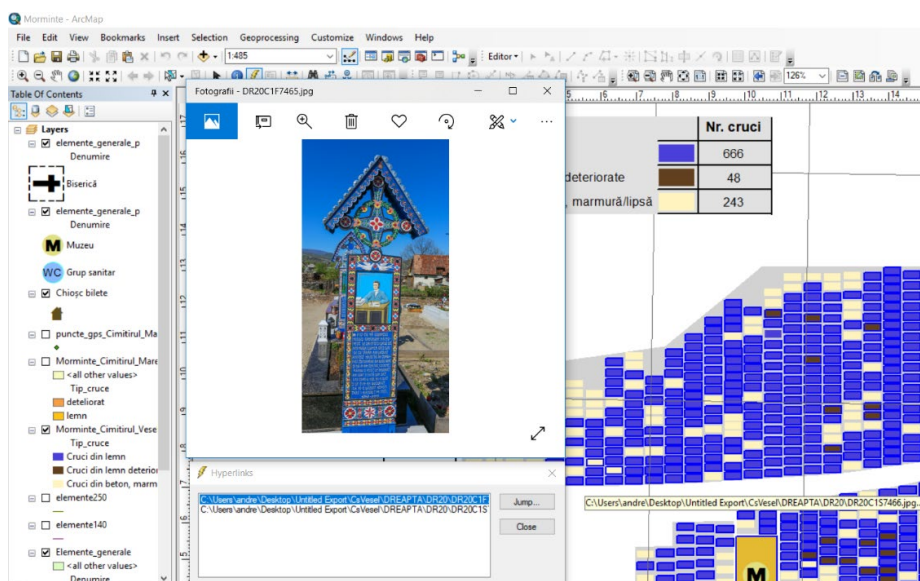


Figura 3. Reprezentarea cartografică a bazei de date

SITUAȚIA EXISTENTĂ

Contextul teritorial

Atât Cimitirul Vesel, cât și Cimitirul Mare, care nu este atât de cunoscut de turiști, sunt situate în partea nord-vestică a comunei Săpânța, aproape de frontiera de stat cu Ucraina. Aceste două cimitire se află la o distanță de aproximativ 700 m unul de celălalt, drum care se poate parcurge în 10 minute de mers pe jos și sunt accesibile prin DN19 care face conexiunea dinspre Sighetu Marmăției (Figura 4).

Săpânța, și implicit cele două cimitire alese ca studiu de caz, sunt înscrise Țării Maramureșului, străveche vatră românească. Totodată, aceasta face parte și din Grupul de Acțiune Locală Mara-Gutâi, alături de Bârsana, Bocicoiu Mare, Budești, Călinești, Câmpulung la Tisa, Desești, Giulești, Ocna Șugatag, Oncești, Remeți, Săpânța, Sarasău, Vadu Izei și Căvnic, GAL-ul putând constitui o alternativă de finanțare pentru anumite proiecte dedicate comunității locale.

Percepția potențialilor turiști asupra practicării turismului negru și a rolului deținut de Cimitirul Vesel

Rezultatele chestionarelor aplicate online reflectă percepția potențialilor turiști asupra practicării turismului negru, Cimitirul Vesel constituind una din locațiile cele mai reprezentative pentru această nișă de turism.

Când vine vorba de frecvența respondenților care au vizitat Maramureșul (Figura 5), încă de la început este evident faptul că o majoritate decisivă (85%) au vizitat Maramureșul istoric cel puțin o dată pe parcursul vieții. Această statistică nu este surprinzătoare în opinia noastră, deoarece acest areal este unul din puținele care și-a păstrat tradiția nealterată până în zilele noastre și a fost supus unui proces evident de popularizare turistică, mai ales la nivel național. 45% dintre subiecți au vizitat Maramureșul de câteva ori, ceea ce ar putea însemna o densitate mare a obiectivelor turistice, care necesită multiple sejururi pentru a fi acoperite în totalitate. În mod clar, includerea Cimitirului Vesel pe Ruta Europeană ar determina creșterea numărului de vizite în Țara Maramureșului.

Referitor la importanța Cimitirului Vesel între celelalte obiective turistice maramureșene (Figura 6), din nou, o majoritate clară de 81% a făcut acest lucru, însă în realitate acest procent este mult mai mare, deoarece trebuie să ținem cont de cei care nu au vizitat Maramureșul. Din cei 29 respondenți care nu au fost la Săpânța, 21 nu au fost în Maramureș. În mod clar, în realitate doar 8 turiști nu au vizitat Săpânța, deoarece am putea asuma că un număr mare din cei 21 l-ar vizita dacă ar avea ocazia.

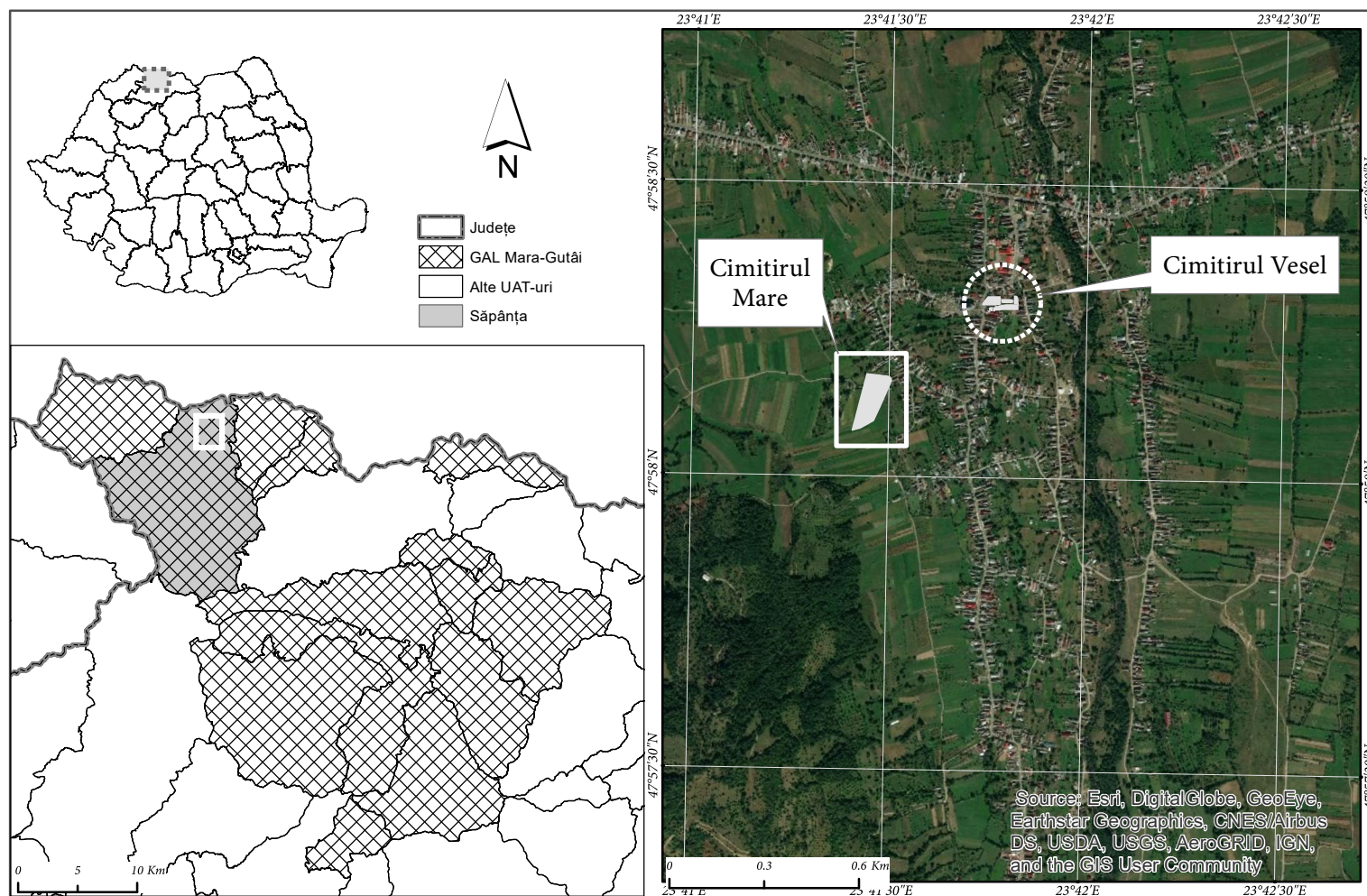


Figura 4. Amplasare în spațiu a Cimitirului Vesel

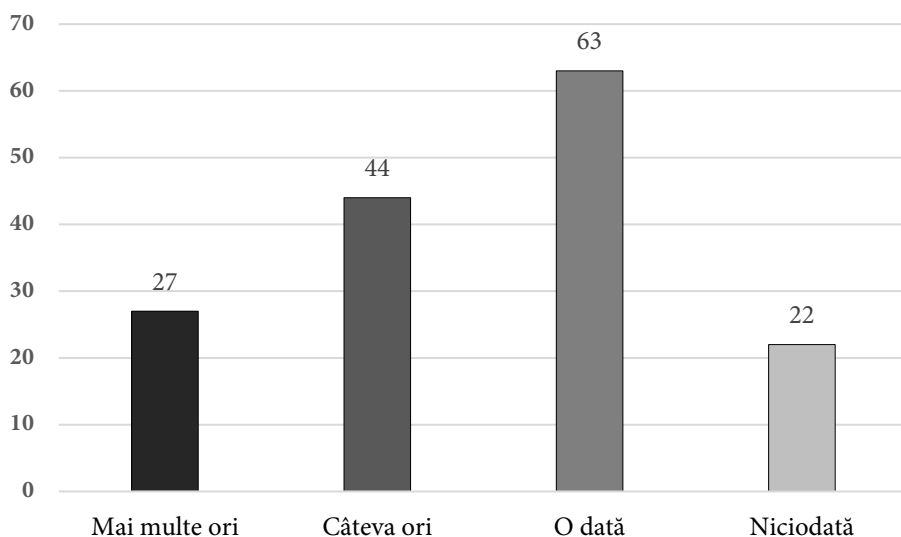


Figura 5. Frecvența respondenților care au vizitat Maramureșul

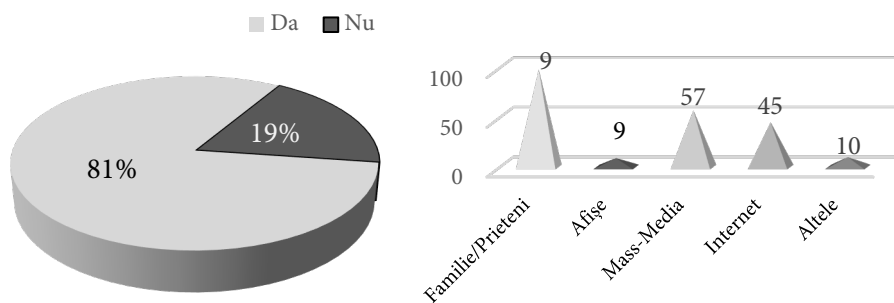


Figura 6. Includerea Cimitirului Vesel ca destinație turistică în opinia respondenților (stânga) și sursele de informare ale respondenților (dreapta)

Mai mult de jumătate din subiecții eșantionați (63%) au raportat în legătură cu sursele de informare accesate (Figura 6) că au aflat despre cimitir de la familie sau prieteni. Am putea căuta explicația popularității Maramureșului în trecut. Maramureșul a fost căutat ca destinație turistică majoră încă din perioada socialistă. 29% dintre respondenți au declarat că au aflat de pe internet, iar 37% din mass-media. Eșantionul a fost alcătuit din tineri sub 25 ani, în proporție de 83%, ceea ce ar putea explica procentul de 66% care au spus o sursă din presă sau mediul online. Din cei 98 care au răspuns Familie/Prieteni, 37 au declarat de asemenea încă cel puțin o

altă sursă. Din totalul de 156 respondenți, o parte mică a eșantionului, 6%, a declarat o altă sursă, dar toate legate de mediul școlar sau academic (răspunsurile lor sunt: Facultate, Practica Facultății, Școala Generală și Profesorii din Școala Generală). Încă 6% au răspuns Afișe. Din totalul de 156 chestionați, 41 au declarat cel puțin două surse din care au aflat despre Cimitirul Vesel.

Predilecția pentru practicarea turismului negru este redată în Figura 7. Puțin mai mult de jumătate din respondenți au declarat că sunt interesați (55%), în vreme ce doar 15% au răspuns negativ, iar 29% sunt indeciși. Turismul negru încă este un concept nou în România, mai puțin cunoscut populației, ceea ce ar putea explica procentul de 44% care nu sunt interesați sau nu știu despre ce e vorba.

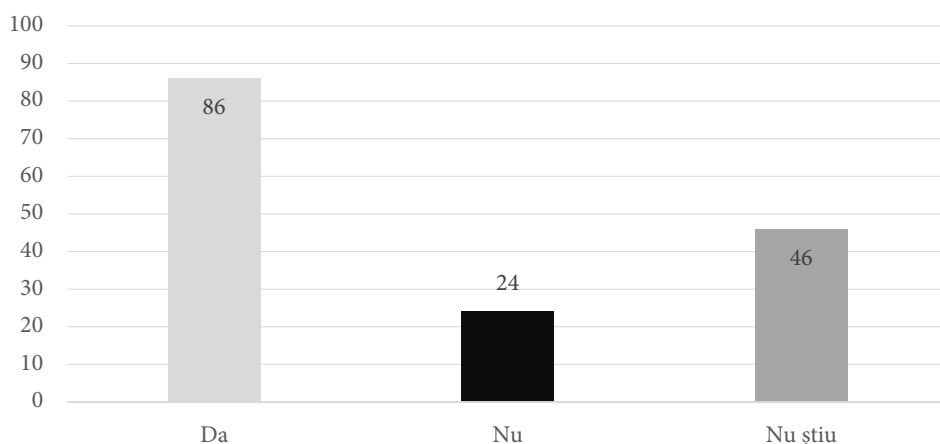


Figura 7. Frecvența respondenților privind practicarea turismului negru

Figura 8 reflectă dacă persoanele consultate au privit cimitirele printr-un filtru turistic și au mai vizitat altele în afară de Cimitirul Vesel. 80,1% nu au mai vizitat alte cimitire în scop turistic. Aproape jumătate (46,5%) au vizitat cimitire în scop turistic. O parte din cei 26% care au văzut și alte cimitire ne-au exemplificat inclusiv cele două cimitire situate deja pe ruta europeană (Bellu și Hajongard/Central din București, respectiv Cluj-Napoca). Alte cimitire des menționate au fost Cimitirul din Sulina, Sighișoara, Montparnasse (Paris), Cimitirul Săracilor din Sighet, Auschwitz și altele.

În argumentarea contextului teoretic, turismul negru include și alte feluri de obiective cu iz funebru în afară de cimitire (Figura 9). Printre locațiile vizitate, închisorile se detașează statistic, 72% declarând o vizită la acestea, un exemplu concludent fiind fosta închisoare politică din Sighetu Marmăției (azi Memorialul

Victimelor Comunismului și al Rezistenței din Sighetu Marmăției). Muzeele cu tematici mortuare, respectiv spațiile unde au avut loc asasinări și execuții, ocupă procente relativ apropiate, de 46%, respectiv 32% din total. Taberele de concentrare, câmpurile de luptă și tururile macabre ocupă procente ce gravitează în jurul valorii de 20%. Din categoria „Altele” mai reprezentativă ca răspuns a fost Pădurea Hoia Baci, deși doar 3% dintre respondenți au bifat această categorie.

Figura 8. Vizitarea altor cimitire de către respondenți

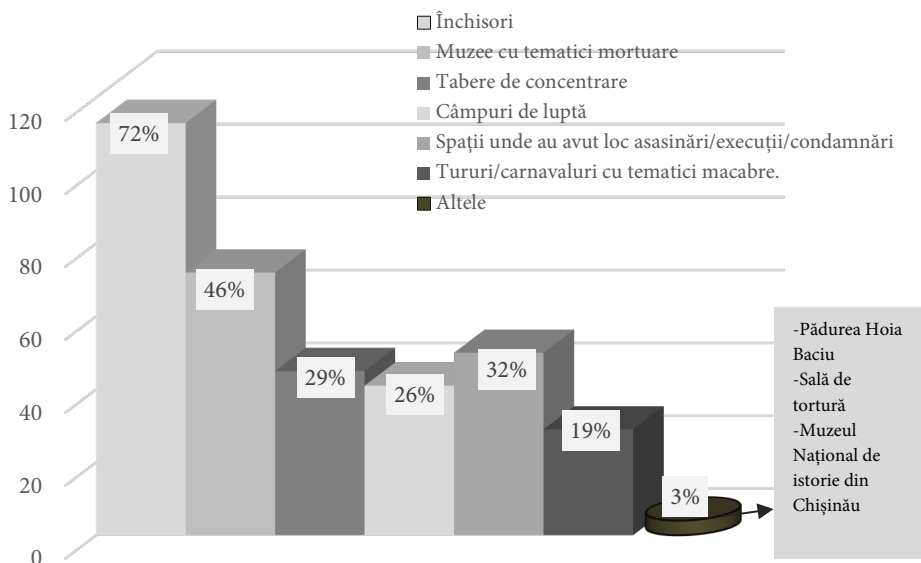
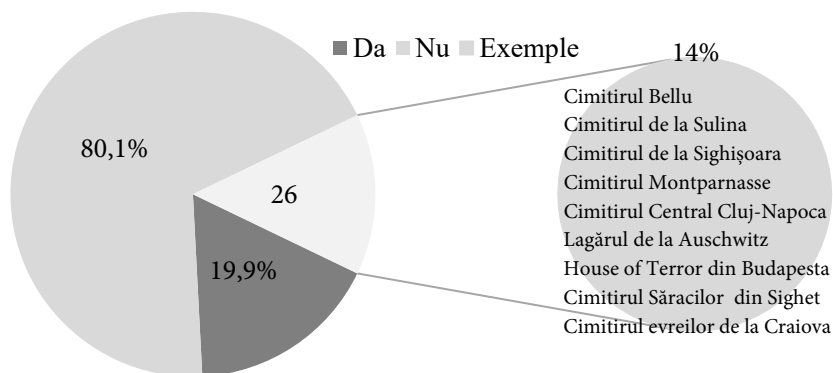


Figura 9. Alte locații asociate turismului negru vizitate de respondenți

Figura 10 a fost încercarea noastră de a valida anumite ipoteze prezente în teorie, precum aceea că turiștii nu caută neapărat latura macabră a unui cimitir, ci îl folosesc ca o sursă de informare asupra istoriei localității sau caută o *oază verde* ori de relaxare în cadrul localității. Cele două răspunsuri preferate de turiști se leagă întocmai de valoarea patrimonială a cimitirului, anume *citirea epitafurilor* cu 51% și *admirarea stilului original al crucilor* cu 49%. Imediat după, cu 46% este *explorarea unui loc unic*. Evident, aproape jumătate dintre cei consultați percep acest cimitir ca pe unul unic. 29% dintre turiști au venit pentru a se informa despre istoria împrejurimilor. *Contemplarea morții* a fost aleasă de doar 7% dintre respondenți, iar însumată cu *contemplarea vieții* obținem doar 21% dintre răspunsuri, ceea ce înseamnă că latura mai funebră ar putea fi doar o formă de nișă la momentul actual. De fapt, chiar și *cercetarea științifică* a fost aleasă mai des decât *contemplarea morții*, cu un procent de 11%. Celelalte 3 variante au fost alese în proporții foarte mici, însumând 6%. Fiind situat într-o localitate rurală, probabil că nu servește în ochii turiștilor ca o *oază verde* precum servesc cimitirele din marile orașe.

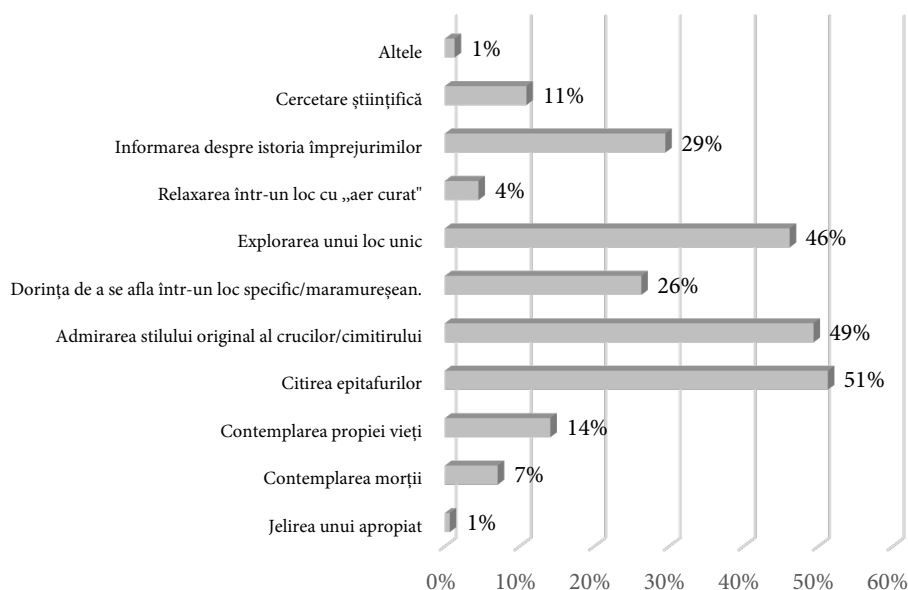


Figura 10. Motivații ale respondenților privind vizitarea Cimitirului Vesel

Latura *light* a cimitirului este și mai bine evidențiată în Figura 11. Mai mult de jumătate dintre cei consultați (66%) afirmă că la vizitare au simțit o stare de *amuzament*. În mod clar, aceasta cântărește mult mai greu în detrimentul laturii

triste pe care o inspiră majoritatea cimitirelor, doar 28% reclamând *tristețe*. Urmează ca pondere în răspunsuri *bucuria*, cu 22%, și *relaxarea*, cu 21%. *Supărarea* a fost aleasă de doar 3% din participanți iar laturile mai „întunecate” – *nervozitate* și *agonie* cu o însumare de 3% dintre chestionați. 15 chestionați au avut sentimente contrastante: atât *bucurie* cât și *tristețe*, 21 au simțit atât *tristețe* cât și *amuzament* iar 10 au simțit *tristețe*, *bucurie* și *amuzament*. Câteva sentimente mai înălțătoare au fost alese la categoria *alte*: nădejde, admirație, împăcare, curiozitate de 4% din cei întrebați.

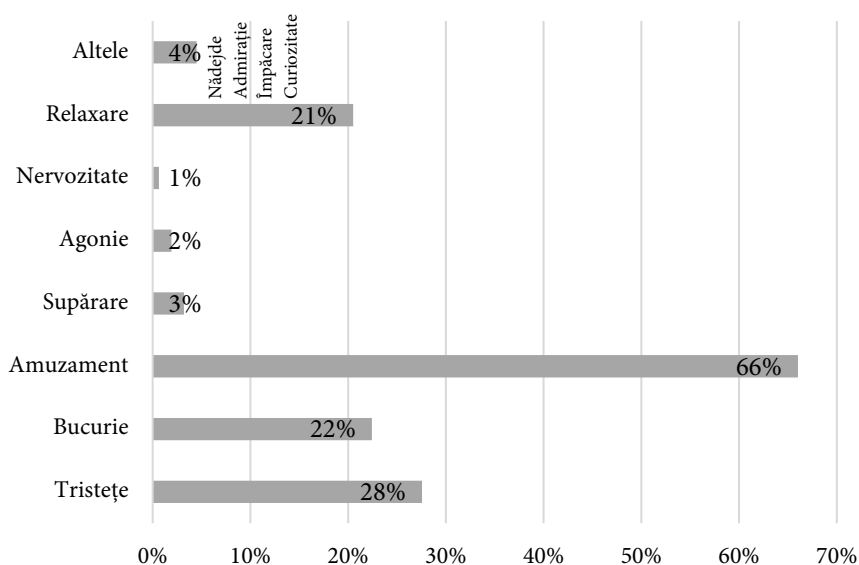


Figura 11. Sentimentele percepute de respondenți cu ocazia vizitării Cimitirului Vesel

O problemă pe care ne-am pus-o a fost dacă traducerea epitafurilor ar ajuta turiștii internaționali să experimenteze întregul potențial al Cimitirului Vesel. Mai mult de jumătate dintre respondenți au agreeat această variantă, 65% afirmă că epitafurile ar trebui traduse, 31% nu au o părere, doar 4% fiind împotriva acestui demers (Figura 12). Mai mult, 83,3% din cei eșantionați ar dori să participe la un tur ghidat al Cimitirului Vesel (Figura 12).

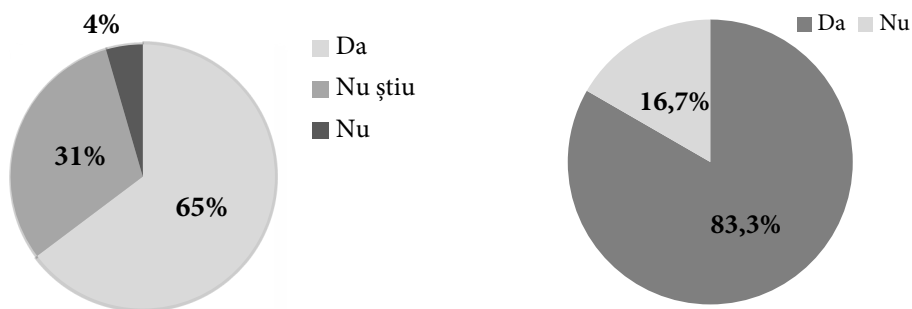


Figura 12. Necesitatea traducerii epitafulurilor într-o limbă de circulație internațională (stânga) și a existenței unor tururi ghidate (dreapta)

În Figura 13 putem observa că 62,8% dintre turiștii chestionați ar fi în favoarea înființării unui circuit cultural al cimitirelor românești importante. În schimb, 21,2% sunt împotriva unui astfel de demers, iar 16% nu pot lua o decizie. În schimb, când au fost întrebați dacă ar dori includerea Cimitirului Vesel în Ruta Culturală Europeană a Cimitirelor Semnificative, 97,4% au afirmat că ar fi o idee bună. Doar 2,6% se arată împotriva (Figura 13).

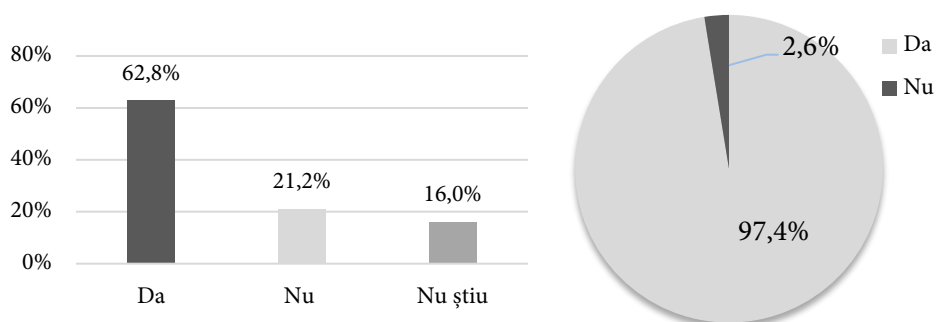


Figura 13. Opinia respondenților privind înființarea unui circuit cultural al cimitirelor românești importante (stânga) și includerea Cimitirului Vesel pe o rută culturală (dreapta)

În Figura 14 s-a urmărit importanța suvenirurilor pentru cei care vizitează. 71% dintre respondenți cumpără suveniruri, fie pentru ei, fie pentru rude sau prieteni, iar 27% nu obișnuiesc să achiziționeze ori nu li se par relevante. Acest aspect este important pentru actorii locali, care îl pot lua în considerare la amplasarea punctelor comerciale și a altor unități economice destinate turiștilor.

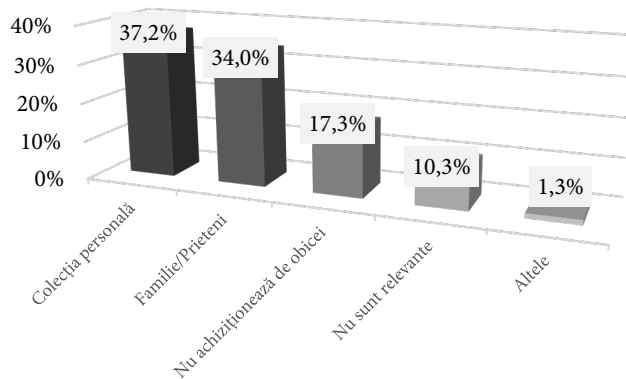


Figura 14. Importanța suvenirurilor pentru respondenți

Elemente de unicitate ale Cimitirului Vesel

Pornind de la inițiatorul crucilor de tip Săpânța, Stan Ioan Pătraș, prin ideea inovativă pe care a insuflat-o locului, putem afirma că acesta a conferit autenticitate atât comunei Săpânța, cât și întregului Maramureș. Stan Ioan Pătraș a fost un meșter, un maestru al cioplitului în lemn, care și-a valorificat munca, creând un brand și o meserie totodată, făcând cunoscută Săpânța pe plan național și internațional, sute de turiști vizitând zilnic Cimitirul Vesel din Săpânța, *„A fost un om simplu, care a făcut celebră o comună în toată lumea, dacă nu era dânsul, era o comună ca oricare alta”* (muzeograf, Casa Memorială Stan Ioan Pătraș).

Unicul păstrător autentic al meseriei și viziunii meșterului Stan Ioan Pătraș a rămas artistul popular Dumitru Pop-Tincu, fost profesor la Școala Populară de Artă, unde din doi în doi ani își pregătea elevi care învățau această meserie, dar *„această meserie nu este de meșteri populari, această meserie are trei baze: sculptor, pictor și poet. Nu le ai, nu poți să o faci”* (artist popular, Dumitru Pop-Tincu).

Potrivit informării verbale avute cu muzeograful Casei Memoriale Stan Ioan Pătraș, meșterul Dumitru Pop are *„ucenici pe care îi pregătește și, să sperăm, că până la urmă măcar unuia îi va plăcea acest meșteșug. Casa a rămas autentică, totul este neschimbat. Până și zugrăveala a rămas neschimbată, cum erau mai demult casele vopsite în albastru, probabil că și de aici provine Albastrul de Săpânța”*. Aceeași sursă confirmă faptul că *„în 2002, cimitirul a fost clasat pe locul al doilea în lume, după Mormintele Faraonilor din Egipt”*.

Se spune că dacii plângeau la nașteri și râdeau la înmormântări, istoricii susțin că moartea era primită cu bucurie de daci, deoarece aceștia credeau în viața

veșnică, iar în momentul în care cineva murea, se considera că sufletul său a plecat într-o altă viață (informare verbală, Dumitru Pop-Tincu). Datorită faptului că dacia sunt strămoșii noștri, tradițiile din unele zone ale României au preluat această „ceremonie”, iar despărțirea de decedat este considerată ultima întâlnire a celui mort cu cei care au rămas pe pământ. Din această perspectivă, se presupune că Stan Ioan Pătraș a încercat să transpună esența vieții într-un mod amuzant, epitafurile fiind realizate în graiul local, expunând viciile din timpul vieții decedatului, unele fiind scrise în versuri. Această concepție face ca ideea de „cimitir” să dobândească altă nuanță, de la una sumbră și tristă la o adevărată „poveste”, și determină vizitatorul să se simtă ca într-un muzeu cu exponate unice.

Meșterul Dumitru Pop-Tincu își asumă răspunderea pentru întregul proces de creare a crucilor, de la alegerea materialelor necesare realizării crucii până la mesajele epitafurilor, iar „[...] *familia doar vine și comandă crucea, iar meșterul execută tot și în zilele noastre pentru că aici, la noi în comună, toată lumea se cunoaște și știe despre celălalt ce-a făcut, cu ce s-a ocupat. Acum ai pățit ceva, peste două ore știe toată lumea*” (muzeograf, Casa Memorială Stan Ioan Pătraș).

Inițial, crucile erau realizate destul de rudimentar, meșterul Dumitru Pop-Tincu menționează că la început crucile nu au fost atât de mari, iar epitafurile erau amplasate foarte jos, astfel încât puteau fi citite doar din genunchi. În epitafuri se includeau doar numele, vârsta și ocupația. Ulterior, acestea au început să conțină mai multe informații despre viața decedatului, în versuri, cu detalii despre ceea ce îi plăcea defunctului să facă, numărul de copii, cauza decesului ș.a. Mai târziu, crucile au început să prindă culoare, sub forma unor imagini pictate care reprezentau o scenă importantă din viața lor, meseria sau modalitatea prin care au murit.

Motivele decorative de pe cruci sunt, de regulă, florale sau abstracte, respectându-se structura porților de lemn din Maramureș, iar culorile obținute din pigmenți naturali sunt aprinse și puternice pentru a crea o atmosferă veselă. Culoarea predominantă este albastrul ca element de fundal al epitafurilor scrise, de regulă, cu alb, auriu sau argintiu. Pentru decorarea marginilor se folosesc: roșu, galben și verde. Materialul de bază din care sunt construite crucile este lemnul de stejar (informare verbală, artist popular, Dumitru Pop-Tincu), pentru păstrarea mai îndelungată a osemintelor (informare verbală, preot, Parohia Săpânța). Lemnul de stejar este cel mai rezistent la puterea necruțătoare a timpului, de asemenea se mai întâlnesc și cruci din piatră sau marmură.

Pe baza documentării pe teren realizată în prealabil, s-a realizat o bază de date cu repartiția spațială a fiecărui mormânt din cele două cimitire existente și o

inventariere a crucilor în funcție de gradul de conservare, ocupațiile celor decedați, cauzele decesului și mesajele tuturor epitafurilor lizibile.

Datorită faptului că satul a început de la doar câteva familii care au avut mulți copii, se întâlnesc foarte multe persoane cu același nume, astfel că a fost necesară folosirea apelativelor sau „poreclelor” între consăteni pentru a ști despre cine este vorba. De asemenea, erau menționate „[...] a cui fiu/fiică este persoana decedată, pentru a se evita confuziile. Pe fiecare rând este câte o familie, pentru că la noi fiecare familie are o poreclă, de exemplu eu îs de-a lui Nofor, degeaba întrebați de Pop Gheorghe că nu o să vă spună nimeni pentru că sunt foarte mulți” (viceprimar, Săpânța). În acest context, se întâlnesc preponderent familiile cu numele de Stan, Pop, Ștefca, Finta, Turda, Petrenjel, Mănăilă, Gavrilă, Săvule, Holdiș, Gheorghe, Bodnar, Băsu, Oncu, Nofor ș.a. Cele mai întâlnite prenume de femei sunt Maria, Ana, Todosia, Irina, Ioana și Ileana; iar cele mai întâlnite prenume bărbățești sunt Gheorghe, Grigore, Ion, Toader, George, Dioca, Dumitru, Vasile, Mihai și Ilie.

Cel mai în vârstă decedat regăsit în cimitirele analizate este un bărbat de 96 ani. Bineînțeles, au existat și cazuri în care au murit copii și adolescenți, cu vârste cuprinse între 0 și 22 ani, din motive mai mult sau mai puțin specificate. Cei mai mulți copii într-o familie au fost 11, dar au fost și familii care nu au avut deloc copii, însă și-au „adoptat” nepoții.

Modelul cartografic al Cimitirului Vesel din Săpânța, la scara 1:10 m, redă elementele componente ale acestui spațiu unic în Europa. În primul rând, menționăm existența a 3 grupuri de morminte care conțin 957 cruci, asociate tot atâtor morminte. Dintre acestea, 666 cruci sunt cruci din lemn, reprezentate prin poligoane albastre, 48 sunt cruci din lemn deteriorate, evidențiate prin culoarea maro închis, iar 243 sunt cruci din beton/marmură sau lipsă, puse în evidență prin culoarea deschisă (Figura 15). La intrarea în Cimitirul Vesel se află chioșcul de bilete, iar pe partea dreaptă, imediat după primul grup de morminte, este Biserica. Muzeul și grupul sanitar sunt situate în partea stângă, în spatele grupului de morminte.

Ocupațiile din timpul vieții erau specifice vremii din care au făcut parte, majoritatea bărbaților se ocupau fie de agricultură și pomicultură, fie au fost mineri, ciobani, soldați în război, pădurari, tăietori de lemne, cositori, crescători de animale (bovine, ovine, cai ș.a.), tâmplari/meșteri, sau barmani, vânzători, zidari, cântăreți, dansatori populari, crâsnici. Femeile au fost, în mare parte casnice, torceau lână și țesau covoare pentru a le vinde, ori își ajutau bărbații la agricultură și la fân, găteau și le duceau de mâncare la locul de muncă, la stână sau în pădure.

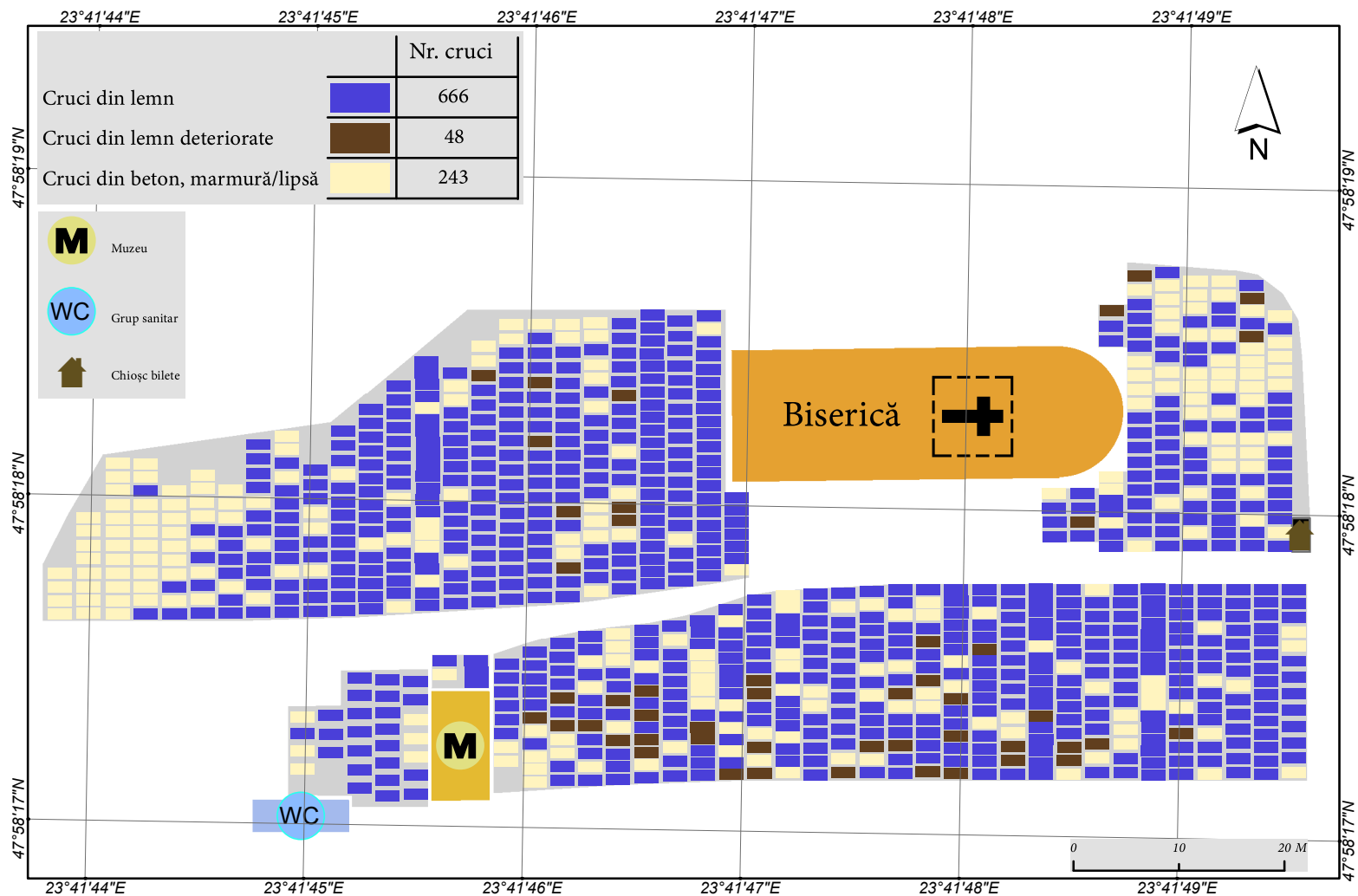


Figura 15. Elementele componente ale Cimitirului Vesel din Săpânța

Cauzele deceselor în principal nu sunt menționate, lăsând loc de interpretare, majoritatea epitafurilor care menționează totuși acest aspect se referă la „o boală” nespecificată, dar care a determinat moartea. Sunt menționate persoane care au murit din cauza bolilor de inimă, ficat, diabet, cancer sau paralizie. De asemenea, sunt persoane care au murit din cauza unui accident, fie la locul de muncă sau în drumul spre casă, aceste accidente au fost de natură relativ diferită și totuși comune: accident de mașină, lovit de lemne sau crengi, fulgerat, înec, accident în mină, explozie, călcat de tren, călcat de cai ș.a., precum și persoane care au murit în război sau oameni care i-au dorit răul persoanei respective.

Pe lângă Cimitirul Vesel, mai există un cimitir, care nu este atât de cunoscut de turiști, „[...] doar că în cel vechi sunt amestecături: cruci de fier, marmură. Iar în cel nou nu se mai dă voie, pentru că Cimitirul Vesel este unicat prin felul lui de a fi” (Dumitru Pop-Tincu, artist popular), acesta fiind cimitirul cel vechi din Săpânța, Cimitirul Mare. Distanța dintre cele două cimitire fiind de aproximativ 800 m, acesta nu este destinat turiștilor, așadar nu se percepe taxă de vizitare și nici nu este la fel de îngrijit ca și Cimitirul Vesel. Cimitirul Mare din Săpânța are o suprafață de 1,26 ha și un efectiv de 213 cruci din lemn, 76 dintre acestea sunt deteriorate, reprezentate prin poligoane de culoare maro închis, iar 137 cruci din lemn sunt reprezentate cu albastru (Figura 16). Crucile lipsă, cele din beton sau marmură nu apar pe modelul cartografic.

Ocupațiile celor decedați erau, în mare parte, aceleași ca și în cazul Cimitirului Vesel, atât la femei cât și la bărbați, diferența o face doar ponderea din totalul numărului de cruci. Au fost identificate 126 cruci a căror ocupație nu era specificată sau nu era lizibilă, iar dintre celelalte ocupații, preponderente au fost femeile care torceau lână și bărbații crescători de animale. Cauzele deceselor în Cimitirul Mare au fost în principal boala, dar au existat și aici cazuri de accidente, înec și război.

Povestea meșteșugului pictatului pe cruci

Cimitirul Vesel a fost înființat de Stan Ioan Pătraș prin crearea crucilor sale de stejar, albastre, care conțin epitafuri referitoare la viața cotidiană a respectivului decedat. În prezent, sunt cunoscute sub denumirea de „cruce tip Săpânța”. O cruce poate avea două fețe, respectiv două epitafuri și imagini, deoarece în aceeași groapă pot fi înmormântate două persoane, rude și nu numai, după o durată de 30 ani.

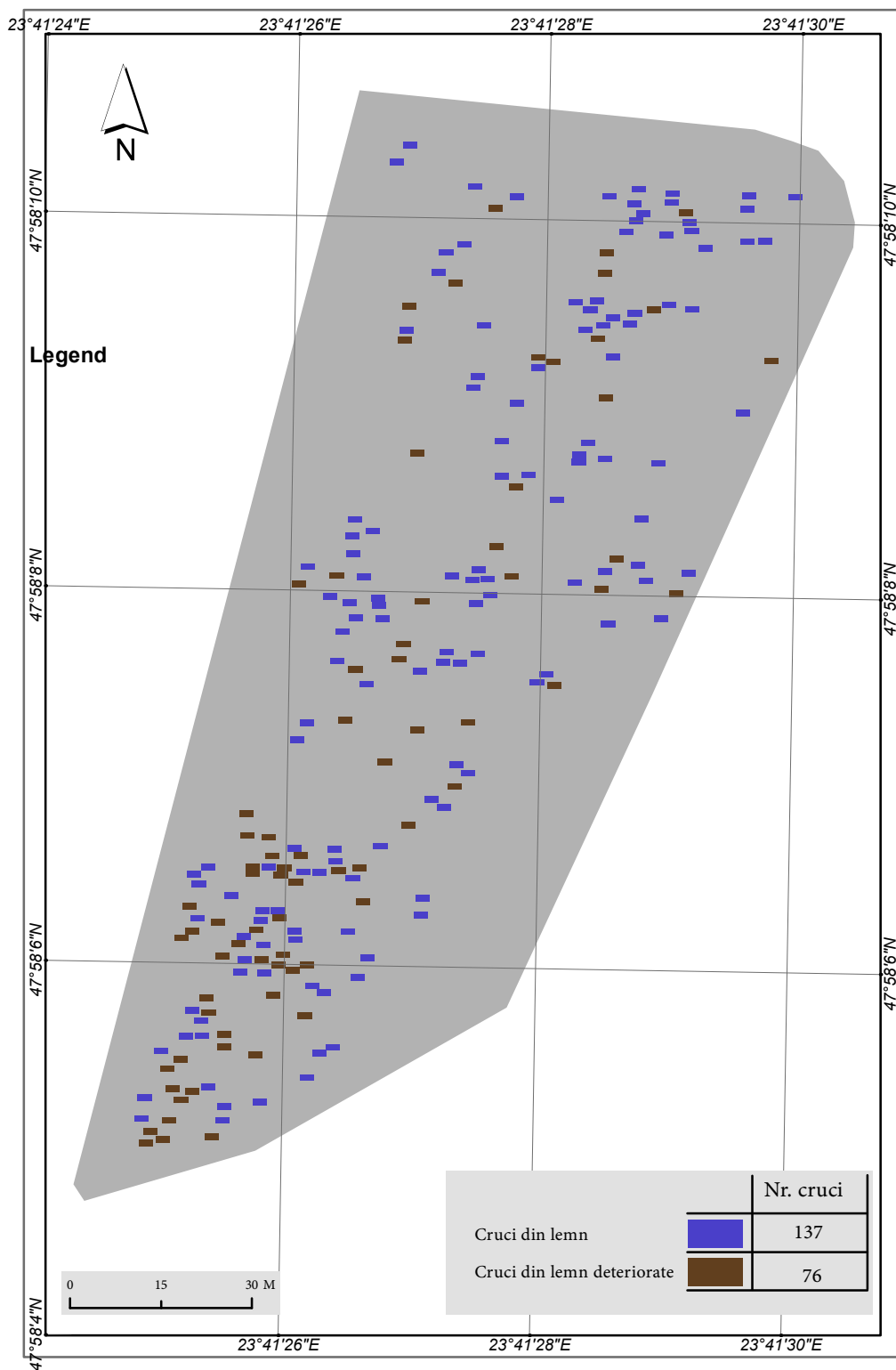


Figura 16. Elemente componente ale Cimitirului Mare - Săpânța

Artistul popular Dumitru Pop-Tincu a fost ucenicul său, fiind în prezent singurul meșter care se ocupă de prelucrarea acestor cruci. Acesta nu este continuatorul direct al lui Stan Ioan Pătraș, fiind în stagiu militar la moartea sa. Dumitru Pop lucrează în aceeași șură în care lucra și înaintașul său, care a rămas neschimbată, inclusă ca și anexă Casei Memoriale „Stan Ioan Pătraș”, aparținând acum muzeului din Sighetu Marmăției. Timpul de lucru prielnic pentru cruci, favorizat de condițiile meteorologice de prelucrare ale lemnului, este din martie-aprilie până în noiembrie.

Procesul de lucru al unei cruci, de la fabricarea lemnului până la momentul instalării sale la mormânt, durează în jur de 2-3 ani, mai ales datorită prelucrării lemnului de stejar, recunoscut datorită rezistenței sale, care trebuie să fie foarte bine uscat pentru a se putea lucra pe el și a rezista în timp („[lemnul] rămâne butuc vreo 2 sau 3 ani la rotund, apoi intră la debitare și apoi intră dulapii ăștia, cum este ăsta și după începe munca care durează cam 3 săptămâni pe ambele părți, sunt foarte multe pe ambele părți, nu doar pe o singură parte și atunci durabilitatea-i mai lungă. Nu lucrez numai pe o cruce, de exemplu acum lucrez croiul, adică imaginea-text și apoi dau în albastru de exemplu, după lucrez pe alta pentru că timpul de uscare e două zile. Mă duc în funcție de cum se lucrează uscarea, cam ăsta-i demersul lucrărilor.” (Dumitru Pop-Tincu, artist popular). Recondiționarea unei cruci durează mai puțin, vreo două săptămâni, dacă aceasta nu este foarte degradată și nu necesită decojirea culorii inițiale. Recondiționarea poate fi făcută atunci când în locul respectiv mai este înmormântată o persoană sau când aspectul crucii este foarte degradat.

Meșterul se ocupă singur de sculptură, pictură, cât și de compunerea epitafurilor, culegând doar informațiile precise de la familia decedatului. Costul unei cruci nu ne-a fost specificat cu exactitate, menționându-se doar faptul că lemnul de stejar și-l procură singur, iar în cazul familiilor nevoiașe, bătrânilor singuri, prețul este unul mai accesibil. Crucile sunt albastre toate, în partea superioară având un mic acoperiș de tablă. Pe cruce este pictată o poză reprezentativă ocupației sau năravului posesorului, în cazul crucilor cu epitafuri amuzante, cât și numele și porecla familiei din care acesta provine („Eu ăm Ionu lui Nofor/ Cu lucru nu mă omor/ Numa când și când de dor”). Grosimea crucii este cuprinsă între 10-12 cm, iar înălțimea este în prezent una standard, nementionată, dar în trecut exista un joc de înălțimi în Cimitir.

Munca acestui meșter este foarte apreciată și căutată, acesta fiind invitat la diferite expoziții internaționale pentru care are 3 cruci speciale, a bețivului, a soacrei și a unui bogătaș („Eu din ‘90 am început să am expoziții externe și acolo se dezbat anumite lucruri care la noi în țară nu se înțeleg. Degeaba mergi la Ministrul Culturii că habar n-are despre domeniul pe care-l avem noi aici. Și atunci am zis că o să mă

duc în expoziții cu tablouri, fiindcă așa am început cu tablouri, imagini, fără cruci, apoi am început cu crucile cum sunt și cele pe care le vedeți înăuntru, sunt 3, crucea bețivului, crucea soacrei, crucea unui bogătaș, care au fost în diferite expoziții de prin țară și din afară, iar foarte multe dintre lucrări au rămas afară, fiindcă sunt foarte multe muzee în lume care doresc să aibă o lucrare de Săpânța și-n funcție de cerințe se mai eliberează și lucrări de felul acesta. Și așa avem, să zic, în toată lumea, nu cred că există țară fără o lucrare de tip Săpânța, fiindcă după moartea lui Stan Ioan Pătraș nu a fost ideea „cruce de tip Săpânța”. Am avut o comandă pentru Bulgaria, este un muzeu de satiră și umor la Gabrovo, asta a fost prin ‘83 și am făcut două cruci care au fost alese din Cimitir de către directorul muzeului din Gabrovo, și le-am reprodus și trebuia să le duc în Bulgaria, iar atunci nu mi s-a dat voie decât cu o factură prin care să arăt ce duc eu. Dacă duceam o cruce originală ar fi fost o problemă, dar era o copie la care trebuia să-i dau denumirea „Cruce tip Săpânța” și de atunci a pornit denumirea aceasta” (Dumitru Pop-Tincu, artist popular).

Meșterul are doi ucenici, copii de 11 și 13 ani, pe care încearcă să-i învețe să restaureze o cruce pentru a-și ușura munca dar și pentru a lăsa continuatori ai acestui meșteșug. În cazul ucenicilor, recent a apărut un fost ucenic de-al lui Stan Ioan Pătraș care trecuse la adventism și care a revenit revendicându-și drepturile de autor.

De altfel, există și anumite disensiuni în ceea ce privește drepturile de autor revendicate atât de Dumitru Pop dar și de preotul Parohiei Săpânța, în contextul preluării de către acesta din urmă a unor imagini de pe cruci și a transunerii lor pe turnul bisericii aflate în mijlocul Cimitirului Vesel. Meșterul Pop n-a căzut de acord, considerând o blasfemie la adresa divinității actul de-a lua un nărav, un viciu ilustrat pe crucea omului decedat și transpunerea lui pe turla bisericii, însă preotul n-a ținut cont, lucru pe care-l consideră meșterul o lipsă de respect la adresa sa. În plus, dreptul de proprietate asupra Cimitirului aparține Parohiei Ortodoxe Săpânța, deci oarecum și a preotului, intrarea în Cimitir este contracost, iar din acești bani nu este investit nimic în casa memorială, ci doar în renovarea casei parohiale, ceea ce pe meșter l-a durut considerând că lumea vizitează Cimitirul Vesel pentru crucile și epitafurile lor, nu pentru a vedea biserica.

ANALIZA SWOT

Unicitatea, originalitatea și simbolistica crucilor din cele 2 cimitire ale comunei Săpânța, unul puternic mediatizat, celălalt cunoscut mai mult pe plan local, fac din Săpânța un adevărat brand turistic al Țării Maramureșului, și nu numai.

Notorietatea câștigată, cu minime investiții de altfel în promovarea lui turistică sau infrastructura asociată, îl poate clasa oricând alături de alte cimitire semnificative din Europa, fie pe o rută culturală europeană a cimitirelor fie ca patrimoniu UNESCO distinct. Dacă luăm în calcul și receptivitatea turiștilor străini dar chiar și români pentru vizitarea unor locații asociate unui turism de nișă – *turismul negru* – putem intui niște scenarii de evoluție ale acestui cimitir. Aspecte precum apariția frecventă a suvenirurilor de tip kitsch, comunicarea deficitară în ceea ce privește gestionarea cimitirelor dar și aspecte ce țin de o planificare mai optimă a acestora știrbesc din autenticitatea sau vizibilitatea cimitirelor săpânțene.

Oportunitățile derivate din amenajarea cimitirelor analizate, asocierea imaginii lor cu alte locații cu caracter funebru din proximitate, recunoașterea valorii lor prin înscrierea pe rute europene oficiale, investiții în diseminarea „poveștii” Cimitirului Vesel pentru varii categorii de turiști reprezintă câteva din măsurile demne de luat în seamă de către stakeholderii responsabili.

Tabelul 4. Analiza SWOT

Puncte tari	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> • Unicitatea și originalitatea Cimitirului Vesel; • Existența unei rute a cimitirelor semnificative; • Prezența unor meșteri care pictează și sculptează crucile din lemn; • Existența unor drepturi de autor pentru meșteșugul întreprins; • Continuatori ai meșterului Stan Ioan Pătraș și a simbolisticii inițiate de acesta; • Situarea într-o zonă cu puternice valențe tradiționale și multiculturale; • Proximitatea față de spațiul central european și alte cimitire semnificative (ex. Cimitirul Central din Budapesta); • Existența unui segment de turiști atras de practicarea turismului negru și prezența în proximitate a altor locații cu caracter funebru (cimitirele evreiești, Cimitirul Săracilor, Memorialul Victimelor Comunismului și al Rezistenței din Sighetu Marmației); 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistența unei pagini web dedicate Cimitirului Vesel; • Apariția unor suveniruri „Made in China”; • Lipsa unei hărți cu amplasarea mormintelor; • Lipsa comunicării între actorii implicați în managementul cimitirului; • Lipsa unei demarcații clare în partea vestică a C.V. (față de proprietatea vecină); • Criza de spațiu în C.V.; • Lipsa de promovare a Cimitirului Mare și neorganizarea lui spațială.

<ul style="list-style-type: none"> • Proximitatea față de unități de cazare și față de Sighetu Marmăției; • Existența unui promotor extern precum Peter Hurley; • Proximitatea față de alte obiective turistice tradiționale (vâltori, port popular, case de meșteri, Muzeul Satului, Săpânța-Peri). 	
Oportunități	Amenințări
<ul style="list-style-type: none"> • Existența unei aplicații mobile dedicată Cimitirului Vesel; • Includerea Cimitirului Vesel pe ruta Europeană a Cimitirelor Semnificative; • Aport de imagine pentru comunele învecinate și municipiul Sighetu Marmăției; • Construirea unei infrastructuri de transport adecvată; • Introducerea unor sisteme de iluminat cu celule fotovoltaice pentru cruci; • Includerea C.V. în patrimoniul UNESCO; • Amplasarea unor traduceri ale epitafurilor în limbi de circulație internațională (franceză, germană, engleză); • Crearea unei baze de date virtuale care să evidențieze evoluția în timp și spațiu a mormintelor (inclusiv inventarierea epitafurilor); • Crearea unei aplicații de redare audio a epitafurilor în grai maramureșean. • Plantarea unor flori albastre, în ton cu culoarea specifică Cimitirelor, pentru valorificare estetică 	<ul style="list-style-type: none"> • Perpetuarea elementelor de kitsch; • Flux mare de turiști; • „Diluarea” etnică a teritoriului; • Vandalizarea Cimitirului Vesel; • Riscul de a crește numărul crucilor fără valențe tradiționale (altele decât cele din lemn); • Posibilitatea, într-un viitor apropiat, de umplere până la refuz a cimitirului; • Pierderea meșterilor sculptori ai crucilor din Săpânța; • Posibilitatea impactării dezvoltării turistice ca urmare a administrației defectuoase (un preot care să nu administreze bine, un administrator care să crească prețul biletelor peste măsură).

PROPUNERI

Un număr reprezentativ de soluții pot fi implementate pentru o creștere a profitabilității, popularității și nivelului de gestionare a Cimitirului Vesel dar și Cimitirului Mare din Săpânța.

Adunarea Cimitirelor Semnificative din Europa (ASCE) este o asociație europeană cu rol de inventariere și promovare a monumentelor istorice în vederea introducerii acestora în trasee culturale. Conform estimărilor la nivel european, Ruta Europeană a Cimitirelor Semnificative aduce anual peste 5 milioane vizitatori în locațiile incluse ca obiective turistice. Pe această rută sunt incluse 22 state și 179 cimitire din toată Europa, acestea constituind patrimoniul material și imaterial funerar.

Cimitirul Vesel nu se află pe o astfel de rută culturală în prezent, însă este promovat și susținut în cadrul unui festival organizat de un irlandez, Peter Damian Hurley. Din 2010, acesta a inițiat un festival intercultural numit „Drumul Lung spre Cimitirul Vesel”, ajuns la a șasea ediție, la care a invitat compozitori, muzicieni și meșteri populari. Peter Hurley vede satul românesc ca o piesă importantă în economia locală dar mult prea vulnerabil, iar dacă nu este valorificat cum se cuvine, se va pierde autenticitatea și esența locurilor. În virtutea acestui motiv, încearcă să inițieze o serie de acțiuni de conștientizare a valorii patrimoniului românesc (www.viitorulromaniei.ro).

La ora actuală, există mai multe trasee ce valorifică și imaginea Cimitirului Vesel, ele aparținând unor tour-operatori, promovate pe anumite portaluri (TurismMaramureș de către Bioagrotur; Travel Guide Romania de către RoAdventure SRL) sau pe pagina proprie.

Datorită faptului că Cimitirul Vesel dispune de un potențial turistic și cultural extrem de bogat, precum și de notorietate internațională, propunem **includerea acestuia pe Ruta Europeană a Cimitirelor Semnificative**. Un prim pas, în acest sens, este înscrierea Cimitirului Vesel pe Ruta Europeană a Cimitirelor. Însă, pentru a deveni membru trebuie luate în considerare mai multe criterii necesare de îndeplinit din partea gestionarilor patrimoniului avut în vedere. Calitatea de membru este conferită nu doar pentru beneficiile directe precum drepturi și recunoaștere, ci și pentru implicarea participativă la activități și proiecte comune.

Cerințele care stau la baza includerii Cimitirului Vesel pe Ruta Europeană a Cimitirelor sunt următoarele:

- cimitirul să fie public și disponibil pentru vizite, fără a se limita la factorii religioși, culturali, naționali, de gen sau de altă natură;
- posibilitatea de a lucra în mod activ la cimitir (efectuarea de plimbări ghidate, evenimente sau alte activități în limitele legale ale țării);
- posibilitatea de a identifica cel puțin 5 puncte importante din Cimitirul Vesel, care sunt interesante pentru vizitatori, acestea pot face trimitere la cauza decesului, aspectul artistic, istoric sau arhitectural;

- existența unei descrieri în limba engleză, căreia să îi fie atașate fotografii cu cel puțin 5 puncte din cimitir, care includ povestea personală a acestuia, nu doar istoric sau alte fapte;
- capacitate organizațională și financiară pentru producerea materialelor de marketing pentru promovarea rutei (insigne pentru intrări, pliante și/sau broșuri, cărți poștale) precum și cooperare pentru cel puțin unul dintre proiectele ASCE și participarea la cel puțin unul din evenimentele ASCE anuale la fiecare 3 ani. Nu în ultimul rând, necesară este și diseminarea rezultatelor (realizarea de proiecte sau materiale științifice) prin intermediul canalelor ASCE.

Prin îndeplinirea acestor criterii, cimitirul devine loc de viață, amintiri și gânduri profunde despre societate. Astfel, va avea loc o creștere a valorii patrimoniale europene, iar prezentarea diversității cimitirelor europene prin proiecte comune îi ajută pe vizitatori să înțeleagă că acestea nu sunt locuri de moarte și tăcere, ci un portal spre tradiție, cultură și cunoaștere.

Cele mai multe obiective turistice de interes național și internațional din spațiul european sunt însoțite de **aplicații mobile audio-video** pentru sprijinirea turistului în procesul de descoperire a obiectivului. Un exemplu elocvent se află chiar la Memorialul Victimelor Comunismului și al Rezistenței din Sighetu Marmăției. Această aplicație ar putea fi descărcată de pe Google Play sau Apple Store și ar putea fi folosită în mai multe moduri:

- cod de bare amplasat pe morminte (scanarea cu aparatul foto a codului de bare și declanșarea unei înregistrări audio despre respectivul mormânt cu cruce de tip Săpânța);
- lansarea unui tur ghidat audio, care să includă cele mai reprezentative dintre cele 666 cruci și să povestească, totodată, ceea ce poate observa turistul în cimitir;
- nararea poveștii cimitirului de către Dumitru Pop-Tincu/explicarea simbolisticii maramureșene a crucilor.

De asemenea, în orașele europene, de multe ori, aceste aplicații nu se limitează la un singur obiectiv. După vizitarea unuia, ești direcționat către altul. Deși este un sat, Săpânța ar putea include câteva obiective într-o asemenea abordare. Spre exemplu, după vizitarea Cimitirului Vesel și a Bisericii, turiștii ar putea fi invitați să descopere povestea mai puțin cunoscută a Cimitirului Mare. De acolo, acestora li s-ar propune vizitarea atelierelor meșterilor din sat, inclusiv a meșterului în cruci. Mai mult, aceștia ar putea fi ghidați și către alte obiective tradiționale, precum vâltorile sau alte obiective ale patrimoniului material local. Turul ghidat în limba engleză ar

putea fi narat chiar de promotorul irlandez în Maramureș, Peter Hurley, care ar putea argumenta de ce merită vizitat acest spațiu.

Cimitirul Vesel ar putea fi valorificat nu doar prin valoarea sa culturală, ci ar putea fi utilizat chiar și drept punctul zero al unor **activități de tip entertainment**. În primul rând, ar putea fi gazda unui concurs cultural de creație a unor poezii. Spre exemplu, la moartea unui cetățean al satului, ar putea fi lansată provocarea compunerii celui mai bun epitaf. Concurenților li s-ar pune la dispoziție informația despre viața defunctului, iar un juriu calificat, alcătuit din membri ai comunității locale și personal cu expertiză în etnografie și socio-umane, ar selecta cea mai reprezentativă lucrare. Acest demers ar angrena latura creativă a cetățenilor și ar motiva oamenii la familiarizarea cu lexicul maramureșean (idei de titlu pentru un asemenea demers: *EpitaFun, SăpântArt, Dumitru Pop Challenge, Moroșanu' din tine, Scribul de Maramu'*, ș.a.m.d.).

În al doilea rând, alte activități precum cele de **Treasure Hunt** ar putea fi organizate în cimitir. Acestea ar putea fi destinate în special tinerilor. Spre exemplu, aceștia ar putea fi rugați să caute crucea unui anume membru al satului, și să urmeze mai departe indiciile găsite la crucea respectivului. De acolo, li s-ar putea cere să caute un anume rând de cruci, o cruce atipică, o cruce cu o pictură distinctă, un mormânt fără cruce maramureșeană care perturbă armonia perfectă a unui rând de cruci maramureșene, iar posibilitățile sunt nenumărate, deoarece vorbim de 666 cruci cu valențe tradiționale, toate alcătuind un veritabil labirint albastru. Premiile, indiferent de activitate, ar putea fi: porturi populare cadou, discuții cu Peter Hurley sau alți membri cheie ai comunității, cruci personalizate de diferite dimensiuni, cu diferite titluri: *Cel mai abil căutător maramureșean, Maramureșean de onoare*, ș.a.m.d.

Lăsând loc și pentru alte propuneri, menționăm încă una: **un pseudo muzeu de ceară în aer liber**. O dată pe an s-ar putea mobiliza întreaga comunitate săpânțeană pentru o manifestare culturală majoră: *O reconstituire a Săpânței de odinioară*. Pe un spațiu amenajat în UAT-ul analizat, ar putea fi convocați oameni care să imite defuncții imortalizați pe crucile săpânțene. Aceștia ar trebui să compună un cadru identic cu cel surprins pe tablourile maramureșene de pe cruci. Reconstituind activitățile pe care le desfășurau pe timpul vieții, aceștia ar putea fi întrebați de turiști: *Cine sunteți?* La această întrebare, actorii ar recita ceea ce scrie pe epitaful corespunzător lor, împreună cu sintagma: *Găsește-mi crucea și te voi răsplăti*. Turiștii ar fi stimulați să caute crucile sătenilor, iar cei care găsesc cele mai multe cruci ar putea fi premiați în diferite feluri: o poză de grup cu sătenii, posibilitatea de

a participa la următoarea ediție din postura de sătean, și așa mai departe. O astfel de manifestare ar presupune reunirea întregii comunități: de la localnici, la artiști, meșteri și până la autorități și stakeholderi.

CONCLUZII

Acest studiu reprezintă munca unui colectiv dedicat de studenți și cadre universitare, ajutat de persoane din comunitatea locală și din cadrul administrației publice locale. Studiul reprezintă pentru noi un instrument științific care poate susține parcursul spre înscrierea pe Ruta Europeană a Cimitirelor Semnificative a Cimitirului Vesel din Săpânța. Analiza situației existente a furnizat o viziune clară asupra stării Cimitirului Vesel și a Cimitirului Mare. Printre rezultatele obținute se numără prima încercare de reprezentare spațială în detaliu a fiecărui mormânt din ansamblul funebru maramureșean. Aceasta deschide o pleiadă de noi opțiuni, deoarece arată cu o fidelitate ridicată organizarea internă a cimitirelor. Mai mult, atașarea fotografiilor prin hyperlink la vectorii GIS nu reprezintă altceva decât o protobază de date digitală a patrimoniului săpânțean, cu reale veleități administrative, economice și turistice.

Dialogul cu autoritățile locale și meșterii cioplitori în lemn a oferit o fereastră către arta meșteșugului crucilor de lemn precum și problemele și conflictele cu care comunitatea se confruntă la ora actuală. Actualul conflict iscat în jurul drepturilor de autor trebuie soluționat urgent precum și asigurarea continuității meșteșugului în lemn de stejar.

Ancheta socială derulată printr-un chestionar online a analizat percepția potențialilor turiști asupra practicării turismului negru la Cimitirul Vesel. Tendințele generale ale acestui chestionar sunt clare și se pot extrage câteva idei reprezentative: 1. Turiștii sunt interesați de Cimitirul Vesel. 2. Respondenții sunt interesați de turismul negru în general și ar dori includerea Cimitirului Vesel pe Ruta Cimitirelor Semnificative și fondarea unei rute culturale a cimitirelor românești. 3. Cimitirul Vesel este considerat, în mod unanim, foarte important pentru turismul românesc, în general, și pentru turismul maramureșean, în special.

Sintetic, analiza SWOT surprinde principalele caracteristici ale Cimitirului Vesel, oportunitățile ce se pot ivi printr-un management corespunzător, precum și amenințările ce se pot abate asupra patrimoniului în lipsa unei gestionări atente.

Diferitele activități turistice și complementare propuse servesc spre a susține turismul principal în zonă și sunt, cel puțin, demne de luat în considerare și puse pe masa actorilor interesați.

Fără niciun fel de exagerare, este un proiect temerar, pionier, care, cu o susținere adecvată, poate propulsa turismul maramureșean în general și cel săpânțean în special, la valori demne de bogăția patrimonială existentă în acest spațiu cultural românesc.

MULȚUMIRI

Pentru informațiile și bunăvoința manifestate pe durata documentării pe teren ținem să mulțumim oficialităților locale intervievate: preotului Grigore Lutai, viceprimarului comunei Săpânța, Pop Gheorghe, muzeografului Casei Ioan Stan Pătraș, artistului popular Dumitru Pop-Tincu și acelor colegi de practică care au contribuit la cartarea crucilor din cele două morminte. De asemenea, exprimăm recunoștință față de eșantionul care a reacționat la chestionarul online propus.

BIBLIOGRAFIE

- ASCE, EUROPEAN CEMETERIES ROUTE** (2019), *A Cultural Route of the Council of Europe*.
- Asociația Cimitirelor și Crematoriilor Umane** (2019), <http://accu.ro>, accesat în 6.06.2019, ora 12.46.
- Dark Tourism** (2019), <http://www.dark-tourism.com>, accesat în 5.05.2019, ora 10.00.
- Graf Manuela, Popescu J.** (2016), *Cultural Routes as Innovative Tourism Products and Possibilities of their Development*, International Journal of Cultural and Digital Tourism, 3(1):24-44.
- Hupková M.** (2008-2009), *Prostředí a kultura českých hřbitovů*, Geografickozhledy. Roc, 18 (4):8-9.
- Krokusova Juliana Bibiána, Nováková Štefánia, Slivková Silvia, Sopko P., Krokusová Juliána** (2015), *Symbolical Cemeteries as an Impulse of Tourism Development in Mountainous Areas of Slovakia*, Folia geographica, 57:75-91.
- Lennon J., Foley M.** (2000), *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*. Cengage Learning EMEA, Andover, 184 p.
- Maccannell D.** (1989), *The Tourist: a New Theory of the Leisure Class*, New York: Schocken Books, Revised Edition.

- Matlovic R.** (2001), *Geografia religii*, Prešov, Fakulta humanitných a prírodných vied Prešovskej univerzity v Prešove, 315 s.
- Mundt Courtney** (2016), *Motivation and Behaviour in Cemetery Tourism: A Case Study of Glasnevin Cemetery*, Dublin, Ireland, University College Dublin.
- Pécsek Brigitta** (2015), *City Cemeteries as Cultural Attractions: Towards an Understanding of Foreign Visitors' Attitude at the National Graveyard in Budapest*, *Deturope*, 7 (1):44-61.
- Rabotić B.** (2012), *A Tomb as the Tourist Attraction: The House of Flowers in Belgrade*, BITCO, 1st Belgrade International Tourism Conference. College of Tourism, Belgrade. Conference Proceedings, 249-262.
- Schmidt A.** (2017), *Lantern Tours and Mausoleum Crawls. How Cemeteries Have Become the Latest Tourist Destinations Thanks to the Interest in Celebrity Graves – Especially around Halloween*, 31.10.2017, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-5035931/Cemeteries-popular-tourist-destinations.html#ixzz-57bLEHqvE>, accesat în 21.05.2019, ora 18:50.
- Seaton A.V.** (1999), *War and thanatourism: Waterloo 1815–1914*, *Annals of Tourism Research*, 26 (1):130-158.
- Sharpley R., Stone P.R.** (2009), *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*, Channel View Publications, Bristol, 275 s.
- Stanton S.** (2003), *The Tombstone Tourist – Musicians*, Edit. Pocket Books, New York.
- Stone P., Sharpley R.** (2008), *Consuming Dark Tourism: A thanatological perspective*, *Annals of Tourism Research*, 36(2):574-595.
- Tomašević Amelia** (2018), *Cemeteries as tourist attraction*, *Turisticko poslovanje*, 13-24.
- Travel Guide Romania** (2019), <http://turismmaramures.ro/cimitirul-vesel-din-sapanta/>, accesat în 20.07.2019, ora 20.00.
- TurismMaramureș** (2019), <http://turismmaramures.ro/cimitirul-vesel-din-sapanta/>, accesat în 20.07.2019, ora 21.00.

ANEXA 1. CHESTIONAR

Datele preluate au caracter anonim, iar aplicarea chestionarului nu va influența în niciun fel participantul. Chestionarul de față urmărește preferințele turistului în ceea ce privește practicarea turismului negru, cu precădere prin includerea Cimitirului Vesel din Săpânța într-un astfel de circuit cultural. Vă mulțumim pentru participare și pentru timpul acordat !



Întrebări cu caracter personal

- | | | |
|-----------------------|--------------|--|
| 1) Ce vârstă aveți? | 2) Gen: | 3) În ce domeniu profesional vă încadrați? |
| a) Sub 25 ani; | a) Masculin; | a) Student; |
| b) Între 25 – 30 ani; | b) Feminin. | b) Angajat; |
| c) Între 30 – 40 ani; | | c) Liber profesionist; |
| d) Între 40- 60 ani; | | d) Casnic; |
| e) Peste 40 ani. | | e) Șomer. |
| | | f) Pensionar |
| | | g) Altele _____ |

Întrebări cu caracter specific

- 1) Ați fost vreodată în Țara Maramureșului?
 - a) Da. De mai multe ori pe an;
 - b) Da. De câteva ori pe an;
 - c) Da. O singură dată;
 - d) Nu. Niciodată.
- 2) Când ați vizitat Maramureșul, ați inclus o vizită și la Cimitirul Vesel din Săpânța?
 - a) Da;
 - b) Nu.
- 3) Prin intermediul cui ați aflat de Cimitirul Vesel din Săpânța?
 - a) Familie/prieteni;
 - b) Afișe/pliante/broșuri;
 - c) Mass-media (reviste, ziare, reportaje, spoturi etc.);
 - d) Internet;
 - e) Altele _____
- 4) Sunteți interesat de turismul negru?
 - a) Da;
 - b) Nu;
 - c) Nu știu;

- 5) Ați mai vizitat și alte cimitire cu valențe turistice în trecut?
- Da. Exemplificați _____
 - Nu.
- 6) Ați mai vizitat/ați vizita alte obiective ale turismului negru?
- Închisori;
 - Muzee cu tematici mortuare;
 - Tabere de concentrare;
 - Câmpuri de luptă;
 - Spații unde au avut loc asasinări/execuții/condamnări;
 - Tururi/carnavaluri cu tematici macabre;
 - Altele _____
- 7) Care este motivul pentru care preferați să vizitați Cimitirul Vesel?
- Jelirea unui apropiat;
 - Contemplarea morții;
 - Contemplarea propriei vieți;
 - Citirea epitafurilor;
 - Admirarea stilului original al cimitirului/crucilor;
 - Dorința de a vă afla într-un loc cu specific maramureșean;
 - Explorarea unui loc unic;
 - Relaxarea într-un loc cu „aer curat”;
 - Informarea despre istoria împrejurimilor;
 - Cercetare științifică.
 - Altele _____
- 8) Ce sentimente v-a trezit vizita la Cimitirul vesel?
- Tristețe;
 - Bucurie;
 - Amuzament;
 - Supărare;
 - Agonie;
 - Nervozitate;
 - Relaxare.
 - Altele _____
- 9) Considerați necesară traducerea epitafurilor în alte limbi de circulație internațională?
- Bineînțeles;
 - Nu știu dacă e relevant;
 - Categoric nu.
- 10) V-ar face plăcere să participați la un tur ghidat la Cimitirul Vesel?
- Da;
 - Nu.

- 11) Ați dori să participați la un circuit cultural al cimitirelor românești în care să fie incluse cimitire importante?
- a) Da;
 - b) Nu;
 - c) Nu știu.
- 12) Ați dori ca Cimitirul Vesel din Săpânța să fie inclus în Ruta Culturală Europeană a cimitirelor? Argumentați !
- a) Da _____
 - b) Nu _____
- 13) Atunci când vizitați un obiectiv turistic de acest gen, preferați să cumpărați suveniruri reprezentative?
- a) Da. Pentru colecția personală;
 - b) Da. Amintire pentru prieteni/familie.
 - c) Nu. Nu achiziționez de obicei.
 - d) Nu. Nu mi se par relevante suvenirurile de acest gen.
 - e) Altele _____



FESTIVALUL VERZEI - EVENIMENT DE VALORIFICARE A UNUI PRODUS AGRICOL. STUDIU DE CAZ: CÂMPULUNG LA TISA

Cristian Emanuel ADOREAN¹

Cristina-Andreea SABĂU²

Roland TÖRÖK³

Răzvan ȚĂRUȘ⁴

Ariana VLAICU⁵

¹ Doctorand, Facultatea de Științe Sociale și Umane, Universidade Nova de Lisboa & ISCTE - Institutul Universitar din Lisabona, Lisabona.

² Masterandă, Universitatea Babeș-Bolyai, Facultatea de Geografie, Cluj-Napoca.

³ Student, Universitatea Babeș-Bolyai, Facultatea de Geografie, Cluj-Napoca.

⁴ Student, Universitatea Babeș-Bolyai, Facultatea de Geografie, Cluj-Napoca.

⁵ Elevă, Colegiul Național „Gheorghe Șincai”, Baia Mare.

REZUMAT – În toate colțurile lumii, obiceiurile se află în pericol. Câmpulung la Tisa reprezintă un exemplu în ceea ce privește prețuirea tradițiilor. Festivalul Verzei este o dovadă de strădanie a oamenilor din acest sat, care au sesizat pericolul pierderii specificului locului. Obiectivele acestui proiect s-au axat pe revalorificarea festivalului și pe creșterea popularității acestuia prin valorificarea resurselor materiale și imateriale existente. În realizarea studiului s-au utilizat metode precum analiza literaturii de specialitate, culegerea de date și informații prin deplasarea în teren, metoda fotografierii, observației participative, analiza SWOT și metoda cartografică. Prin aceste mijloace a fost întocmită situația existentă a teritoriului investigat, pentru ca ulterior să fie formulate o serie de propuneri care să vină în sprijinul revitalizării acestui eveniment.

Cuvinte cheie: Câmpulung la Tisa, Festivalul Verzei, agroturism, patrimoniu imaterial, ansamblu folcloric

INTRODUCERE

Justificarea temei

Studiul de față abordează un eveniment specific din localitatea Câmpulung la Tisa, și anume „Festivalul Verzei”, organizat câteva ediții. Cunoscut în special la nivel local și organizat, în mare parte, prin eforturile unor reprezentante ale Ansamblului Folcloric din Câmpulung la Tisa, festivalul avea scopul de a aduna oamenii doritori de o experiență pur tradițională, promovând comuna prin acest produs agricol local.

Agricultura practică în regim de subzistență, lipsa populației tinere interesate, dar și varza mai slab calitativă și ieftină adusă din alte zone au făcut ca în ziua de azi, în comună, să existe doar patru localnici care cultivă sămânța de varză de Câmpulung la Tisa, iar continuarea acestui obicei să fie percepută că „[...] *nu are viitor, nu mai ai cu cine, bătrânii încet mor, iar tinerilor nu le mai place să lucreze*”. Dorința de a realiza un festival, de a face un brand din acest produs specific, dar și omologarea lui, reprezintă obiective țintă pentru localnici și autorități locale, care din nefericire s-au confruntat cu multe obstacole în această privință.

Provocarea acestei teme o reprezintă surprinderea specificităților locului și a localnicilor, a motivației și perseverenței cu care aceștia își doresc să readucă la viață acest festival prin promovarea implicită a comunei. Încercarea de a face toate aceste lucruri fără un buget corespunzător și cu personal specializat în marketing a dat greș, prin urmare se impune necesitatea unei abordări diferite.

Localitatea Câmpulung la Tisa ne-a atras atenția prin simplul fapt că, aici, locuitorii își doresc să reînvie obiceiuri ale satului tradițional pe care mulți le-au dat uitării. Astfel, complexitatea și diversitatea proiectului ne-au ajutat, în perioada de documentare pe teren, să dobândim și să punem în aplicare diverse cunoștințe de planificare teritorială, dar și să cunoaștem istoria locală a unor comunități despre care nu știam foarte multe.

Obiective

Obiectivul general al prezentei cercetări a fost elaborarea unei strategii care să aibă în prim-plan evidențierea patrimoniului imaterial prin revalorificarea Festivalului Verzei din localitatea Câmpulung la Tisa.

Pentru concretizarea acestuia a fost nevoie de o serie de obiective specifice, după cum urmează: identificarea modului de desfășurare a festivalului în trecut și cauzele care au dus la dispariția acestuia, analiza teritorială a zonei de studiu și evidențierea potențialului pe care arealul îl prezintă în momentul de față, din punct de vedere natural și socio-economic, resuscitarea spiritului tradițional al populației autohtone prin formularea de propuneri menite să readucă la viață Festivalul Verzei, conducând implicit la reorganizarea acestuia, respectiv promovarea de parteneriate locale între Consiliul Local, Ansamblul Folcloric din Câmpulung la Tisa și localnici, cât și între Câmpulung la Tisa și localitățile învecinate.

Contextul teoretic

Evoluția, complexitatea și creșterea numărului festivalurilor din ultimii ani, coroborate cu dezvoltarea științei și inovația tehnologică, au generat o nouă întruchipare a acestor fenomene și, implicit, o atenție tot mai sporită din partea specialiștilor, în special după 1980 (Lyck et al., 2012).

Unii cercetători sunt de părere că motivele principale prin care festivalurile atrag oameni fac referire la petrecerea timpului liber și divertisment ori apartenența acestora la o anumită comunitate prin prisma sentimentului de identitate teritorială sau instituțională (Barbieri et al., 2009), acestea contribuind în paralel la dezvoltarea economică și socială a comunităților (Gibson & Wong, 2011). Alți cercetători consideră că organizarea festivalurilor are contribuții importante materializate pe trei segmente particulare - turism, producție și promovarea mărcii de produse, conducând astfel la îmbunătățirea vieții comunităților implicate printr-un sector economic sustenabil (Nowers et al., 2010).

Festivalurile pot fi clasificate în diverse moduri, în funcție de tipologie, conținut și dimensiune. Se remarcă în acest sens festivalurile care se axează pe

muzică, film, artă, folclor, comedie, dans, literatură sau gastronomie. Combinând aspecte folclorice, de dans și gastronomice, festivalurile agricole reprezintă o categorie aparte, fiind cel mai adesea asociate cu recolta din mediul rural, acestea datând încă din antichitate (Morgenstern, 1917). Deși nu sunt de natură recentă, acestea au dobândit de-a lungul timpului noi conotații, devenind tot mai complexe și mai diversificate. La început, festivalurile agricole reprezentau adevărate ritualuri, fiind considerate un punct de legătură între credință, oameni și plante (Bourque, 1995). Treptat, au primit noi valențe, ajungând să reprezinte adevărați factori catalizatori pentru turism, economie și comunitățile implicate (Higham & Ritchie, 2001), angrenând tot mai des specialiști, instrumente și metode de implementare specifice. Peste tot pe glob, există festivaluri dedicate recoltei, mai ales în afara țării, unde populația pare să înțeleagă mai bine importanța păstrării ori readucerii la viață a obiceiurilor tradiționale. Exemple relevante în acest sens sunt Festivalul Florilor, Lămâilor, Cireșelor și a Cepei din Madeira, Portugalia -, Festivalul Stugurilor din Impruneta, Provincia Tuscany, Italia -, Festivalul Recoltei „Posviceni” din Republica Cehă, Festivalul Recoltei din Timoleague, Irlanda -, Festivalul Lavandelor din regiunea Provența, Franța - în luna august -, sau altele pe care le întâlnim pe teritoriul României, precum Festivalul Silvoitei din localitatea Băbuțiu, județul Cluj -, Târgul AGRALIM din Iași, Festivalul Narciselor din Dumbrava Vadului, județul Brașov sau Festivalul Viei și Vinului „Bachus” din județul Vrancea. În mod particular, Festivalul Verzei este des întâlnit în Europa Centrală și de Est, prin urmare, o serie de localități organizează acest festival anual. Un festival asemănător cu cel din Câmpulung la Tisa este cel din Lăzarea, județul Harghita. Aici, obiceiul s-a păstrat până azi, localnicii organizând în fiecare an acest festival, adunându-se pe un deal unde se pregătesc specialități din varză, se sărbătorește, se mănâncă și se petrece toată noaptea (Primăria Lăzarea, n.d.). Alte exemple similare întâlnim în Moșna, județul Sibiu - în octombrie -, Frumoasa, județul Harghita -, Târgu Secuiesc - în septembrie -, Sfântul Gheorghe - Parada Cârnaților și Festivalul Verzei -, Sectorul I, București -, sau în localități din străinătate, precum orașul Vecsés, Ungaria - în luna septembrie -, orașul Demecser - Ungaria, sau orașul Leinfelden-Echterdingen în Germania - în luna octombrie.

Agroturismul

Agroturismul presupune o formă din ce în ce mai apreciată și căutată de turism, care atrage oameni doritori de o experiență nouă și tradițională în mediul rural. Poate fi încadrat în aceeași categorie cu ecoturismul, singura diferență fiind

faptul că acesta din urmă se axează pe peisajul natural, în timp ce agroturismul are în centrul său de gravitație peisajul cultural (Kasperek, 2007).

Într-o eră în care tehnologia și confortul mediului urban nu reușesc să aducă liniștea de care omul contemporan are nevoie, agroturismul reprezintă o modalitate de evadare și de reîntoarcere la perioada mult mai simplă a vieții de la țară. Se dorește ca, prin turismul rural, omul să trăiască o experiență cât mai autentică și similară cu viața oamenilor de la sat, așadar, turiștii sunt implicați în activitățile gospodăriei, sunt cazați în locuințe tradiționale și au parte de bucate preparate din produse locale. Turismul rural trebuie să fie unul care se ghidează după niște principii sustenabile și nu se poate încadra în aceeași categorie cu turismul în masă (Hjalager, 1999). Agroturismul reprezintă o sursă de venit pentru cei care îl oferă ca serviciu, un motiv de evadare din cotidian pentru cei care îl practică, însă pe lângă acestea el reușește să fie și o metodă de conservare a tradițiilor unui loc. În plus, agroturismul este bazat pe existența unei strânse legături între utilizarea terenurilor într-un mod sustenabil, protejarea mediului, a tradițiilor locale moștenite, dar și a dezvoltării zonelor rurale (Hayle et al., 2006).

Europa este continentul în care s-au înregistrat primele forme de agroturism, Franța fiind considerată leagănul turismului rural. Printre cele mai cunoscute zone în ceea ce privește acest gen de turism se află Bretania și Alsacia. În Germania, Schwarzwald și Hessen au cea mai dezvoltată activitate de agroturism. În Austria, peste 3000 ferme sunt implicate în asociația „Farm Holidays”, prin care primesc numeroase subvenții din partea Ministerului Agriculturii în scopul dezvoltării turismului rural, cele mai cunoscute zone dedicate agroturismului fiind Tirol și Stiria. România este și ea una dintre țările cu un potențial ridicat în ceea ce privește turismul rural. Este unul dintre statele în care satul reușește să dezvăluie activități tradiționale și scene care par să fie rupte din trecut. Felul în care satele românești sunt puternic încărcate cu elemente atât din sacru cât și din profan, ospitalitatea localnicilor, mâncarea preparată din produse locale, prezența lemnului, material care în posesia meșterilor prinde și conferă viață satului, sunt câteva dintre motivele pentru care țara este recunoscută în domeniul turismului rural (Nistoreanu & Gheres, 2010). Areale precum Maramureș, Transilvania și Bucovina au reușit să se facă cunoscute în țară, dar și în străinătate, prin practicarea cu succes a turismului de acest gen.

METODOLOGIE

Metodologia utilizată în realizarea prezentului studiu cuprinde cinci metode distincte: ancheta sociologică (tehnica interviului semi-structurat și tehnica chestionarului), observația participativă, metoda fotografierii, analiza SWOT și metoda cartografică.

În cadrul primei etape de cercetare, cea de acumulare de informații, am utilizat metoda observației atât în formă directă (vizualizarea și perceperea fenomenelor și a proceselor din teren), precum și în formă indirectă prin cercetarea bibliografică și analiza materialelor cartografice și a imaginilor. Observația directă concretizată prin cercetarea în teren ne-a facilitat interacțiunea cu populația locului (viceprimar comuna Câmpulung la Tisa, artiști populare din Ansamblul Folcloric local și sătenii), surprinzând astfel aspectele care țin de valorificarea agricolă a verzei și de organizarea din trecut a festivalului.

Prin intermediul interviului semi-structurat și a chestionarului s-a urmărit identificarea principalelor caracteristici ale festivalului transpus prin ochii celor direct implicați, precum și motivele care au condus la pierderea acestuia. S-au conceput două seturi de întrebări, unul dintre ele adresat autorităților locale, iar cel de-al doilea, localnicilor. Primul interviu a luat forma unui focus grup, din care au făcut parte 4 reprezentante ale Ansamblului Folcloric Câmpulung la Tisa, Mihai Rudolf Lemak - viceprimar, dar și observatori externi (studenți și elevi implicați în prezenta cercetare), în incinta Consiliului Local, în limba română. În paralel, o altă versiune a interviului semi-structurat a fost desfășurată cu alți 6 localnici ai comunei, exclusiv în limba maghiară.

În schimb, chestionarul a cuprins 6 întrebări, fiind aplicat online, în limbile engleză și română, obținând 50 răspunsuri de la potențiali turiști care și-au demonstrat gradul de interes în ceea ce privește posibila reorganizare a festivalului și participarea la acesta.

Forma indirectă de cercetare a presupus realizarea de materiale cartografice, utilizând programul ArcGIS, prin care s-a delimitat arealul studiat la nivel local, microregional și național, s-a transpus în format digital situația existentă a teritoriului și s-au reprezentat propunerile formulate pe baza rezultatelor obținute în urma cercetării.

SITUAȚIA EXISTENTĂ

Contextul teritorial

Comuna Câmpulung la Tisa (în maghiară, Hosszúmező) este formată din satul omonim, fiind localizată în nordul județului Maramureș. Este situată la 13 km de orașul Sighetu Marmăției și la 78 km de reședința de județ - municipiul Baia Mare, făcând parte din Grupul de Acțiune Locală Mara-Gutâi, alături de alte 13 comune din județ și orașul Cavnic.

Raportându-ne la prima atestare a localității Câmpulung la Tisa, aceasta aparține perioadei medievale. Anul primei atestări este 1329, apărând cu numele de *Hossumezzeu* (Sebestyén, 2012). Cu privire la etimologie, numele localității își are originea în latină, de la cuvintele *campus*=câmp și *longus*=lat.

Așezarea Câmpulung la Tisa este situată în arealul de luncă al Tisei, fiind drenată de râul Tisa și afluenții râului Săpânța, cu altitudini predominante de 232-300 m și pante joase. Orientarea versanților este în strânsă corelație cu declivitatea și cu gradul de însorire/umbrire, predominând orientarea nord-vestică, nordică, estică și, pe alocuri, cea sudică.

Datorită poziției geografice, Câmpulung la Tisa se poate bucura de un teren fertil cu soluri argiloiluviale. Potrivit declarațiilor localnicilor, în această zonă s-a produs, în trecut, una din cele mai bune și cele mai cumpărate verze din regiune, însă au fost și perioade în care agricultorii rămâneau cu o parte consistentă din producție, care era utilizată pentru hrana animalelor.

În 2018, Câmpulung la Tisa avea o populație de 2.532 locuitori și o densitate a populației de 73,92 loc./km² (INSSE, 2019), din care segmentul principal este ocupat de maghiari (71%), secondat de români (24%), romi (4%) și ucrainieni (1%).

Analizând evoluția demografică a localității Câmpulung la Tisa, pe baza recensămintelor populației, s-a constatat o scădere constantă a numărului populației între 1992-2011, urmată de o ușoară creștere până în anul 2018. Astfel, în 1992 comuna avea 2.588 locuitori, în 2002 – 2.562 locuitori, în 2011 – 2.524 locuitori, pentru ca în anul 2018 să ajungă la 2.532 persoane (INSSE, 2019). În intervalul 1992-2011 valorile bilanțului natural sunt constant negative (-218 pe întreg intervalul), în schimb, după 2011 valorile devin pozitive (+47 în intervalul 2011-2017). Pe de altă parte, bilanțul migratoriu înregistrează valori negative înainte de anul 2001 și, cu precădere, după 2007.

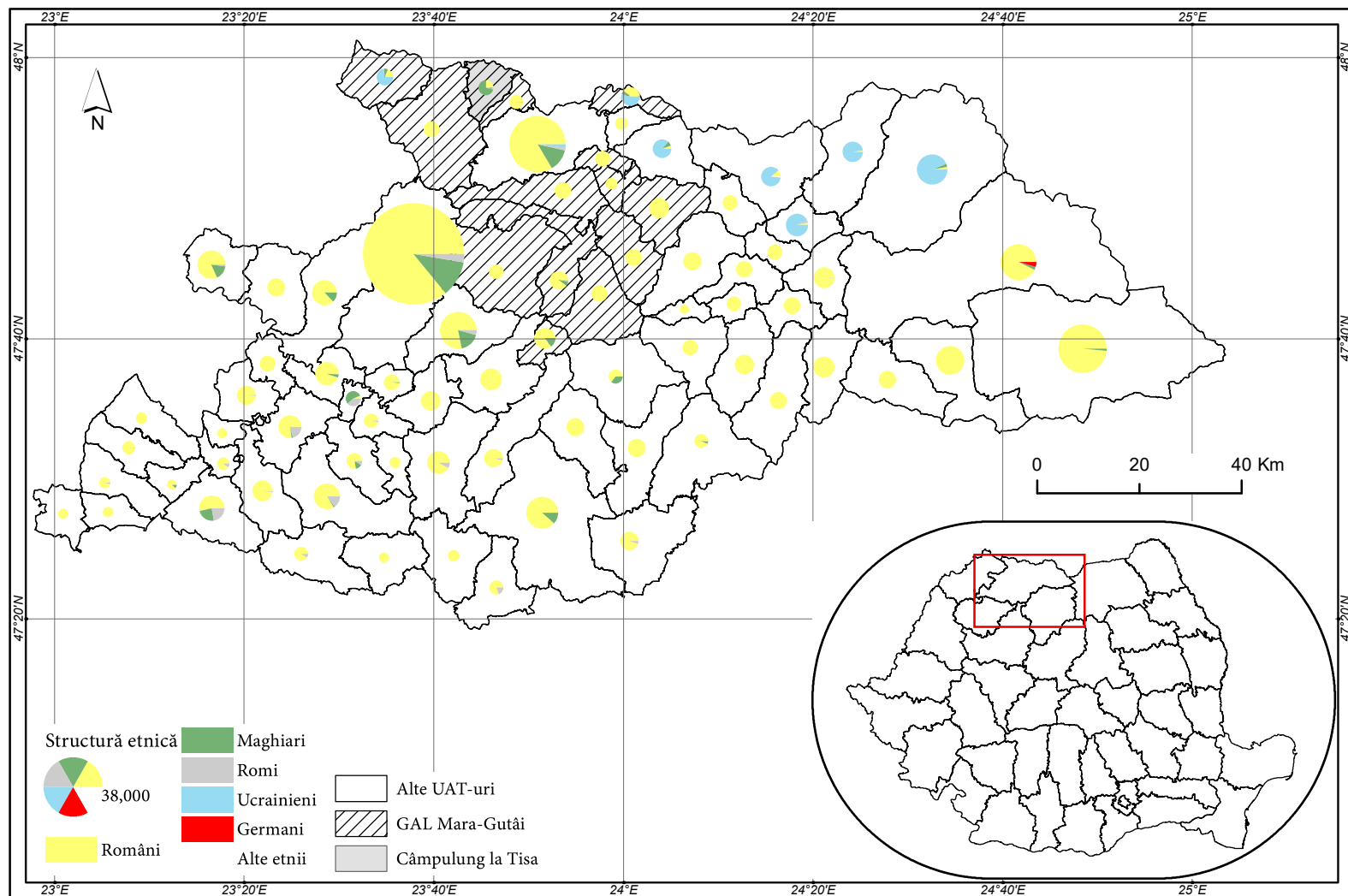


Figura 1. Amplasare la nivel județean și național a comunei Cămpulung la Tisa

Examinând structura populației pe sexe, se constată un ușor dezechilibru înregistrat în anii 1992 și 2002, cu o ușoară predominare a populației feminine. Structura populației pe grupe de vârstă, pentru anii recenzați - 1992, 2002, 2011 - a relevat o ușoară tendință demografică regresivă, piramidele având formă de amforă (Figura 2). Baza îngustă a piramidelor semnifică o pondere redusă a persoanelor din categoria tânără în comparație cu celelalte categorii. În acest tip de piramidă se încadrează comunitățile cu grad mare de îmbătrânire demografică, proces ce rezultă în urma scăderii accentuate a natalității și cu un bilanț migratoriu negativ.

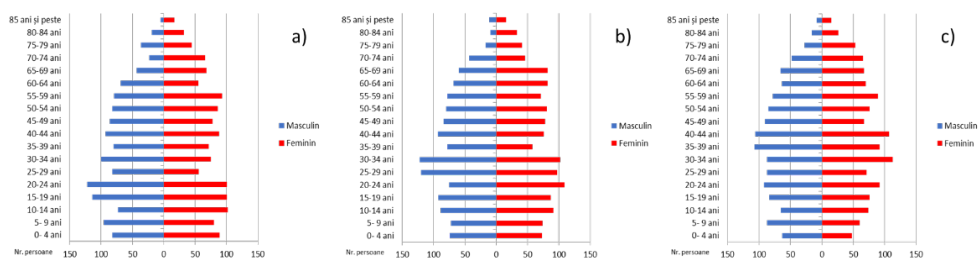


Figura 2. Piramida vârstelor în anii a) 1992 b) 2002 și c) 2011

În cadrul infrastructurii educaționale, până la nivelul anului 2017 distribuția se realizează astfel: 2 săli de clasă în învățământul preșcolar și 11 săli de clasă în învățământul primar și gimnazial (inclusiv învățământul special). În completare, comuna dispune de un cabinet medical de familie, un cabinet stomatologic, o farmacie, dar și de serviciu de salubritate, pus la dispoziție de Consiliul Local.

Analizând evoluția numărului de salariați în intervalul 1992-2011, se observă o ascensiune înregistrată până în anul 2002, urmată de o scădere către finalul intervalului analizat – 121 angajați în 1992, 174 angajați în 2002, respectiv 140 angajați în 2011 (INSSE, 2019). Structura populației pe sectoare de activitate atestă o predominare a sectorului secundar – 46,11%, urmat de sectorul primar - 31%, în timp ce în sectorul terțiar activează 22,89% din populația activă a localității. Numărul ridicat de angajați se datorează în special prezenței societății S.C. ECO ENERG LEMN S.R.L., al cărui obiect principal de activitate este fabricarea de micro-brichete din lemn, dar și a Societății MADRA, în atelierele acestora producându-se articole din piele - mape, genți, borsete -, leagăne din lemn, tăblițe didactice, dar și o gamă de materiale de promovare și protocol - drapele, fanioane, ghirlande stradale și eșarfe de ceremonie. Lista firmelor reprezentative se continuă cu MELDA TRANS S.R.L., PRECIS IMPEX, PIATRA HAYLOSAR S.R.L., LONGFIELDER S.R.L.-D sau RUDY COM S.R.L.

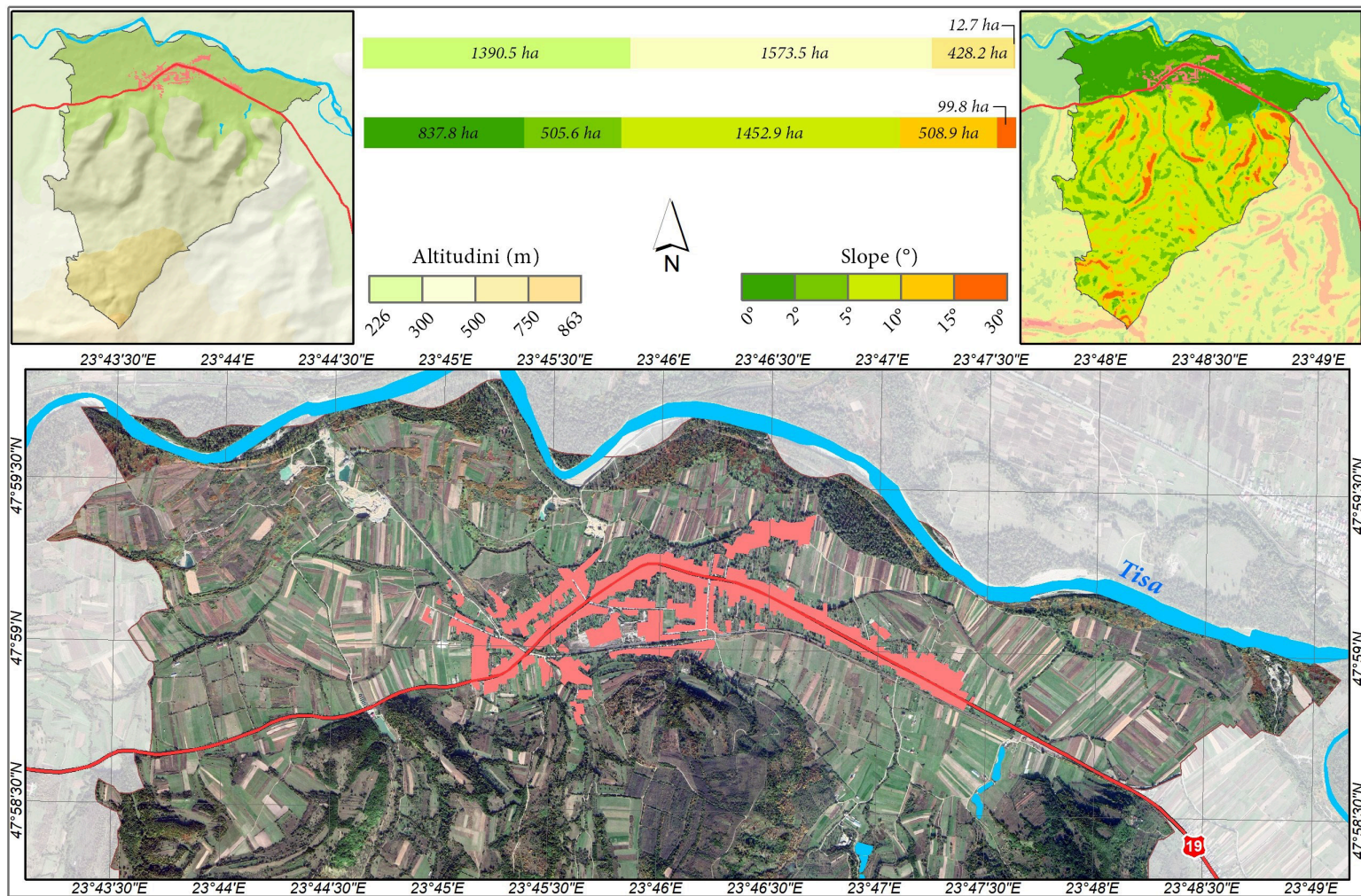


Figura 3. Câmpulung la Tisa - Situație existentă

Alte activități prezente în acest areal sunt creșterea animalelor (ovine, bovine, păsări) și cultivarea plantelor. Localitatea este cunoscută în special pentru cultivarea verzei, dar în ultimii ani interesul pentru această activitate a început să scadă, deoarece persoanele vârstnice nu mai au puterea să practice agricultura, iar tinerii nu sunt atrași de astfel de activități. Seceta accentuată, prețul mic de vânzare direct de la producător și lipsa piețelor de desfacere vor conduce, încet dar sigur, la dispariția acestei practici agricole.

Accesul în localitatea Câmpulung la Tisa se realizează atât pe cale ferată, precum și pe axa rutieră DN19 care face legătura între municipiile Sighetu Marmației și Satu-Mare. Din punct de vedere al stării de viabilitate, acest drum se prezintă satisfăcător, alcătuit din îmbrăcămînți asfaltice. Drumul național DN19 este principala axă în jurul căreia s-a dezvoltat așezarea, din care se ramifică o rețea de străzi cvasiortogonală colectoare și de acces. Circulația pietonală este asigurată de trotuarele existente între case și partea carosabilă a străzii, deși în marea lor majoritate acestea nu sunt amenajate corespunzător, fiind cel mai adesea din piatră sau pământ, excepție aleile de pe strada principală din beton.

Legătura cu Ucraina se face prin gara din localitate, care a fost modernizată în anul 2012, cu o investiție de la bugetul de stat. Cu toate acestea, de peste 10 ani, transportul feroviar este suspendat. Localitatea dispune de instalații de alimentare cu energie electrică, un sistem propriu de producere a apei și sisteme proprii de canalizare, 51,15% din locuințe fiind racordate la sistemul de canalizare și alimentare cu apă potabilă. În ceea ce privește modalitatea de încălzire și de preparare a hranei, majoritatea oamenilor folosesc ca și combustibil solid lemnul, doar 11,78% din locuințe utilizând sistem de încălzire pe gaz (INSSE, 2019).

Festivalul Verzei – reper al patrimoniului material

Câmpulung la Tisa este renumită la nivel microregional pentru producția de varză, a cărei calitate este net superioară, după spusele localnicilor. Acesta este unul dintre factorii care evidențiază această comună. Datorită poziției geografice și a terenurilor agricole fertile, cultivarea verzei este facilitată. Pentru promovarea acestui produs alimentar, localnicii au creat un festival axat pe varză.

Timp de 2 zile, la sfârșitul lunii august, această localitate se transformă într-un loc îmbietor, unde localnicii pregăteau cele mai gustoase feluri de mâncare din varză. Pe scurt, Festivalul Verzei din Câmpulung la Tisa prezenta cele mai delicioase bucate din această zonă, toate într-un singur loc, în aer liber, în fața căminului cultural. O parte din reprezentantele Ansamblul Folcloric local, organizatoare ale festivalului, declară că, în timpul festivalului, se pregăteau o serie de preparate, după

rețete proprii: „[...] facem niște langoșuri umplute cu varză călită, se poate și cu varză acră, se poate și cu varză crudă, atunci facem ruladă de varză”, „tăieței cu varză”, „se poate face un aluat și se pune varza călită și după ce se coc pui cârnați pe el, pui costițe afumate și tot ce dorești pe el [...], se poate face și ciorbă [...] cu smântână și un pic de bulion, dar se poate face și ... care noi facem tradițional când tăiem porcul, atunci facem o ciorbă bună din varză murată și se pun niște gomboțuri de la cârnați ... și niște oase să aibă gust mai bun și pui și carne, niște bucățele și un rântaș și dacă dorești poți să pui și smântână în farfurie [...], varză la noi se mai mănâncă, și în trecut se mânca, varză acră cu fasole și cu ciolan afumat ... ciorba de varză care se pregătește din varză acră, o pui la fiert, când pe jumătate e fiartă atunci adaugi la el carnea, [...] se pune atunci și înainte de a fi aproape gata, atunci gomboțurile de la cârnați, care s-au făcut ca piftetele, ca ciorba de perișoare, doar că nu pui orez în el, numai carne” (reprezentante Ansamblul Folcloric Câmpulung la Tisa) și varza murată tradițională în care „[...] nu se pune nimic, în afară de sare și piper și foi de dafin și hrean, atât ... și hreanu’ păstrează să fie tare și sarea să fie bună, să nu fie sare iodată ... sunt care pun și un știulete de porumb ca să devină mai galben” (localnică, Câmpulung la Tisa).

În cadrul festivalului, vizitatorii se puteau bucura de jocuri și cântece cu specific tradițional, la care participa și Ansamblul Folcloric amintit, de spectacole susținute de „un grup de dansatori din Sighet”, dar și de plimbări cu căruța. Versurile unora din piesele cântate erau în concordanță cu activitățile agricole practicate: „Sunt foarte multe cântece ... în timpul plantatului și când veneau acasă cu căruța, că toată lumea se ducea cu căruța, se puneau lăzile și coșurile și de toate și femeile se puneau pe căruță și atunci se cânta [...], se adunau femeile, bărbații, toți ... și atunci se urcau în căruță și veneau cântând, și aia a fost o tradiție” (localnică, Câmpulung la Tisa).

Localnicii își aduc aminte cu drag de perioada în care varza reprezenta un venit de bază, însă acum, când acest lucru nu mai este posibil, se consolează cu faptul că o parte din obiceiurile din copilăria lor pot fi duse mai departe și prin acest festival: „[...] ne serveau cu mâncare, cu băutură, exista o temă, nu îmi aduc aminte care era, aici mai demult se producea foarte multă varză, aproape la fiecare casă vedeai proprietarii că se ocupă cu producerea verzei, din asta își câștigau oamenii banii, primăvara le plantau, toamna le culegeau și le duceau la piață, le duceau în Sighet, până și eu am umblat cu tatăl meu” (localnică, Câmpulung la Tisa).

Din păcate, din lipsă de sponsorizare și implicare, în ultimii ani festivalul nu a mai avut loc, iar acest lucru pune în pericol păstrarea autenticității locului prin pierderea valorilor tradiționale. Există intenția de a reorganiza acest festival, în 2019.

Festivalul Verzei a luat naștere în 2012, din dorința și motivația localnicilor de a promova comuna. Artiste din Ansamblul Folcloric Câmpulung la Tisa ne-au confesat că prima dintre cele trei ediții a fost organizată doar pe baza sprijinului lor financiar: *„Noi am făcut, și prima dată când am fost în ansamblu, fiecare făcea separat, acasă am făcut fiecare, 12-11 feluri de mâncare cu varză [...], nici nu am fost apreciate, mai ales de aici de la Primărie ... nu am fost ajutați”*. După lipsa de implicare din partea autorităților locale, problema cea mai amplă a rezultat din faptul că festivalului nu i s-a acordat o zi specială, ci a fost organizat concomitent cu Zilele Comunei. Aceleași persoane au susținut că: *„asta am vrut și noi, ca să nu fie cu Zilele Câmpulungului, că atunci ... cum să vă spun, nici nu se uită că ce am făcut noi din varză, dar când facem noi, vine lume, numai pentru asta au venit”*. Pe lângă acest fapt, perioada Zilelor Comunei este una nefavorabilă festivalului, având în vedere că se desfășoară în ultima săptămână din august, iar varza de Câmpulung *„în octombrie se face [...], mai încolo, dacă facem Festivalul Verzei, atunci nu putem să facem din Câmpulung varza să fie, că încă nu s-a făcut varza, în octombrie deja este frig și să servești și să promovezi și să stai sub cort”*. Acestora li se adaugă și lipsa de experiență în organizarea unor astfel de evenimente: *„[...] ca să organizezi un astfel de festival și să faci tradiție trebuie un soi de profesionalism, doamnele marketing, promovare, localizare, ceea ce lipsește, apoi personal ...”* (Mihai Rudolf Lemak, viceprimar).

Percepția potențialilor turiști privind reorganizarea Festivalului Verzei

Pentru a surprinde percepția unor potențiali turiști asupra ideii de reorganizare a unui festival gastronomic în Câmpulung la Tisa, 6 itemi au constituit subiectul de discuție pentru 50 persoane. Un prim aspect urmărit a fost dacă există un interes în genere pentru practicarea agroturismului, majoritatea respondenților declarând că nu au luat parte la o astfel de formă de turism. Nici Festivalul Verzei nu este cunoscut în rândul turiștilor, având mai mult un caracter local, neexistând niciun mijloc de promovare a acestuia.

Ideea creării unui festival gastronomic axat pe varză nu displace intervievaților, reiese și din răspunsurile primite, acesta fiind cel mai probabil perceput ca o alternativă de turism experiențial.

Marea parte a potențialilor participanți declară că în arealul în care trăiesc nu se organizează evenimente gastronomice de tip festivalier, iar cei care au răspuns afirmativ confundă destul de frecvent tipurile de festivaluri.

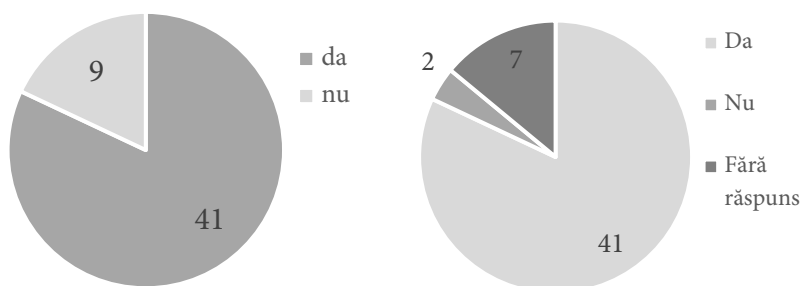


Figura 4. Gradul de receptivitate al respondenților privind reorganizarea Festivalului Verzei (stânga) și existența unei secțiuni culinare în cadrul acestuia (dreapta)

ANALIZA SWOT

Prin aplicarea analizei SWOT au fost surprinse principalele avantaje și dezavantaje ale arealului analizat, secondate de oportunități și amenințări.

Tabelul 1. Analiza SWOT

Puncte tari	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> • localizarea comunei la granița cu Ucraina; • condiții fizico-geografice favorabile cultivării verzei; • accesibilitate ridicată; • economie diversificată susținută de practicarea agriculturii și prezența unui număr semnificativ de unități industriale; • apartenența la GAL Mara-Gutâi; • patrimoniu imaterial diversificat; • prezența unui ansamblu folcloric local; • interesul unor potențiali turiști pentru participarea la un eveniment culinar. 	<ul style="list-style-type: none"> • infrastructură pietonală neamenajată corespunzător; • suspendarea transportului feroviar înspre Ucraina; • condiții meteorologice nefavorabile (din cauza încălzirii globale) și lipsa unor irigații; • prețul mic de vânzare al verzei direct de la producător și lipsa piețelor de desfacere; • tendință demografică regresivă; • lipsă de implicare din partea tinerilor în practicarea agriculturii și conservarea tradițiilor specifice zonei; • lipsa de implicare și interes din partea autorităților locale; • sponsorizare aproape inexistentă; • existența unei sărbători locale care pun Festivalul Verzei pe plan secundar; • dificultăți în comunicarea cu localnicii din cauza barierelor lingvistice;

	<ul style="list-style-type: none"> • lipsa promovării în mediul online și mass-media.
Oportunități	Amenințări
<ul style="list-style-type: none"> • revitalizarea Festivalului Verzei; • crearea unui brand și omologarea verzei de Câmpulung la Tisa; • valorificarea altor obiective turistice din localitate; • colaborarea cu alte festivaluri tematice; • deschiderea unor pensiuni; • instruirea și pregătirea localnicilor binevoitori în scopul găzduirii unor potențiali turiști; • includerea Festivalului Verzei într-un traseu turistic festivalier micro-regional 	<ul style="list-style-type: none"> • dispariția producătorilor de varză; • secetă; • îmbătrânirea populației; • declin economic; • apariția unui alt festival în zonă.

PROPUNERI

Localitatea Câmpulung la Tisa poate avea parte de un turism rural, prin reorganizarea Festivalului Verzei, începând chiar cu anul 2019. Turiștii doritori de o experiență tradițională într-un mediu pitoresc și mâncare pregătită de către localnici din produse proprii sunt așteptați de oamenii primitori ai locului.

Cu toate acestea, dat fiind faptul că au existat probleme în trecut cu organizarea festivalului și că o perioadă îndelungată acesta nici nu a mai fost organizat, pentru această localitate încă nu se poate vorbi de un turism rural în adevăratul sens al cuvântului. Scopul agroturismului este acela de a conserva obiceiurile moștenite, de a proteja mediul, de a încuraja consumul de produse locale și de a oferi turiștilor un timp de calitate petrecut într-un mediu tradițional autentic. Acesta este și scopul Festivalul Verzei, respectiv de a oferi celor interesați preparate tradiționale și specifice, realizate din acest produs agricol pentru care era renumită localitatea Câmpulung la Tisa,acompaniate de cântări și voia bună a localnicilor.

Astfel ne-am pus întrebarea: de ce ar trebui să se reorganizeze acest festival? Primul lucru care ne-a făcut să răspundem afirmativ la această întrebare a fost ideea de conservare a tradiționalului. Entuziasmul cu care reprezentantele Ansamblului Folcloric ne-au povestit de posibila reorganizare a ediției din acest an a festivalului ne-a dovedit faptul că ele iubesc tradițiile cu care au crescut și că sunt dispuse să lupte pentru a le putea duce mai departe. Pe lângă interesul acestora, localitatea dispune

de diverse facilități care concură la organizarea festivalului – locații de desfășurare a festivalului (curtea bisericii reformate, zona din fața Căminului Cultural sau stadionul), infrastructuri tehnico-edilitare satisfăcătoare, accesibilitate ridicată prin intermediul infrastructurii rutiere DN19, dar și proximitatea față de municipiul Sighetu Marmației.

Cu toate acestea, după cum afirmă și persoanele intervievate, evenimentul trebuie să înceapă de la zero, „*e o rușine, ce să vorbim de pensiune, de cazare, de nu știu ce, evenimentul cultural e la pământ*”. În atare condiții, considerăm că evenimentul ar trebui să fie dezvoltat pe două axe temporale majore.

Tabelul 2. Etapizarea Festivalului Verzei

	Festivalul Verzei – Ediția a IV-a	Festivalul Verzei – Edițiile V, VI și VII
Perioadă de implementare	termen scurt (octombrie 2020)	termen mediu (2021 – 2025)
Locație	stadion	stadion și cămin cultural
Participanți (estimativ)	50-200 persoane (localnici, Ansamblul Folcloric, membri GAL Mara-Gutâi)	200-500 persoane (localnici, Ansamblul Folcloric, membri GAL Mara-Gutâi, rezidenți din localitățile vecine, turiști)
Surse de finanțare	buget local	buget local PNDR 2014–2020: Submăsura 4.2: Investiții pentru procesarea/ marketingul produselor agricole; Submăsura 6.2: Sprijin pentru înființarea de activități neagricole în zone rurale; Submăsura 7.6: Investiții asociate cu protejarea patrimoniului cultural; Submăsura 19.4: Sprijin pentru cheltuieli de funcționare și animare
Parteneriate	GAL Mara-Gutâi	GAL Mara-Gutâi alte localități care organizează Festivalul Verzei (Bekecsaba - Ungaria, Moșna - Sibiu, Frumoasa - Harghita, Lăzarea - Harghita, Toboliu - Bihor etc.) organizații neguvernamentale grupuri de voluntari

- **pe termen scurt - Redeschiderea Festivalului Verzei din Câmpulung la Tisa – octombrie 2020**

Dat fiind faptul că perioada alocată organizării Festivalului Verzei din acest an este scurtă, festivalul având loc în octombrie, sărbătoarea ar putea fi organizată exclusiv la nivel local și ar presupune un număr redus de persoane participante (50-200 persoane). De asemenea, și costurile vor fi reduse, cu finanțare exclusiv din bugetul local, deoarece timpul scurt nu permite organizatorilor să aplice pentru fonduri europene. Astfel, pentru a avea o sponsorizare mai bună pe viitor, s-ar putea realiza un filmuleț de promovare a festivalului, acesta sumarizând activitățile cheie ale sărbătorii, prin imortalizarea atmosferei calde și populația primitoare.

Având în vedere că au existat probleme cu care s-au confruntat organizatorii în trecut, este necesară o abordare nouă, evenimentul propus având caracter experimental, presupunând implementarea unei multitudini de activități noi pentru a testa care sunt preferințele participanților în materie de activități. În acest sens, propunem stadionul drept noua locație a desfășurării acestui eveniment, mult mai încăpător pentru publicul participant. O altă propunere este implementarea de concursuri menite să antreneze spiritul competitiv al participanților, câștigătorii fiind recompensați. Spre exemplu, un concurs de degustare a verzei ne-ar arăta cine este un localnic veritabil, principiul fiind dat de recunoașterea verzei de Câmpulung după aspect, textură și gust dintre alte tipuri de varză. De asemenea, pentru încurajarea localnicilor pentru cultivarea verzei, se poate organiza și un concurs pentru cea mai frumoasă/gustoasă varză.

- ***termen mediu* - Festivalul Verzei - 2021-2025**

Una din problemele pe care le-a adus în discuție viceprimarul comunei a fost lipsa de profesionalism și de personal specializat în organizarea și promovarea festivalului. Pentru a avea o continuitate a acestui eveniment sunt necesare fonduri, iar una dintre soluții o poate reprezenta finanțarea nerambursabilă de la Uniunea Europeană, prin intermediul Grupului de Acțiune Locală Mara-Gutâi. În acest sens, este necesară crearea unei echipe de specialiști (3-4 membri) care să scrie proiectul(ele) de finanțare și să aplice pentru fonduri europene nerambursabile. Există 4 submăsuri finanțate prin Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală (FEADR) care vizează activitățile aferente evenimentului din Câmpulung la Tisa, fiind implementate prin Programul Național de Dezvoltare Rurală (PNDR) 2014-2020. În primul rând, *Submăsura 19.4: Sprijin pentru cheltuieli de funcționare și animare* promovează realizarea de activități de animare a teritoriului, de informare și promovare (prin realizarea și difuzarea de spot-uri TV și prin intermediul anunțurilor în presa online), organizarea de sărbători la nivel local, festivaluri tematice, dar și târguri cu produse tradiționale. Adicional, *Submăsura 4.2: Investiții pentru procesarea/marketingul produselor agricole* ar încuraja promovarea cultivării

verzei de Câmpulung la Tisa, respectiv omologarea acesteia. *Submăsura 6.2: Sprijin pentru înființarea de activități neagricole în zone rurale* ar promova practicarea turismului rural în Câmpulung la Tisa, în timp ce *Submăsura 7.6: Investiții asociate cu protejarea patrimoniului cultural* ar încuraja activitățile Ansamblului Folcloric Câmpulung la Tisa în calitate de componentă a patrimoniului imaterial al localității.

Cu privire la participanți, aici ar putea fi incluși localnicii, reprezentantele din Ansamblul Folcloric, membrii GAL Mara-Gutâi, rezidenții din localitățile vecine, dar și turiștii, estimându-se un număr total de participanți cuprins între 200-500 persoane. În plus, organizatorii Festivalului Verzei din Câmpulung la Tisa pot crea parteneriate cu alte localități care organizează acest tip de festival, atât din România, cât și din Ungaria - Békéscsaba, Moșna (Sibiu), Frumoasa (Harghita), Lăzarea (Harghita), Toboliu (Bihor) etc.

Avându-se în vedere amploarea preconizată a evenimentului, locul de desfășurare l-ar putea reprezenta stadionul comunal, unde se pot amenaja tarabe de o parte și de alta, iar localnicii și turiștii se pot bucura de atmosfera festivalieră. În completare, în cazul în care autoritățile locale vor moderniza căminul cultural al comunei, festivalul ar putea avea două locații: cămin cultural și stadion, putându-se opta pentru organizarea activităților aferente primei zile în incinta stadionului, în timp ce a doua zi s-ar desfășura la Căminul Cultural.

CONCLUZII

Studiul de față a abordat un eveniment specific din localitatea Câmpulung la Tisa, localitate care s-a dovedit că are un potențial agricol ridicat, prin cultivarea verzei, cu valențe de practicare a agroturismului și cu un patrimoniu imaterial bine individualizat, factori generatori de experiențe aparte.

Festivalul Verzei combină gastronomia, dansul și cântecele populare locale. Este o formă de evadare din cotidian, inducând participanților momente memorabile specifice vieții de la țară, generând și un venit suplimentar pentru cei care cultivă varza. Cel mai adesea corelat cu recolta agricolă din mediul rural, este răspândit prin multe alte locuri, atât în România, cât și în Europa.

La ora actuală, comuna Câmpulung la Tisa dispune de dotări tehnico-edilitare satisfăcătoare și de infrastructuri socio-educative adecvate. Cu toate acestea, prezintă o populație îmbătrânită, populația tânără alegând tot mai frecvent calea migrației înspre localități urbane sau străinătate.

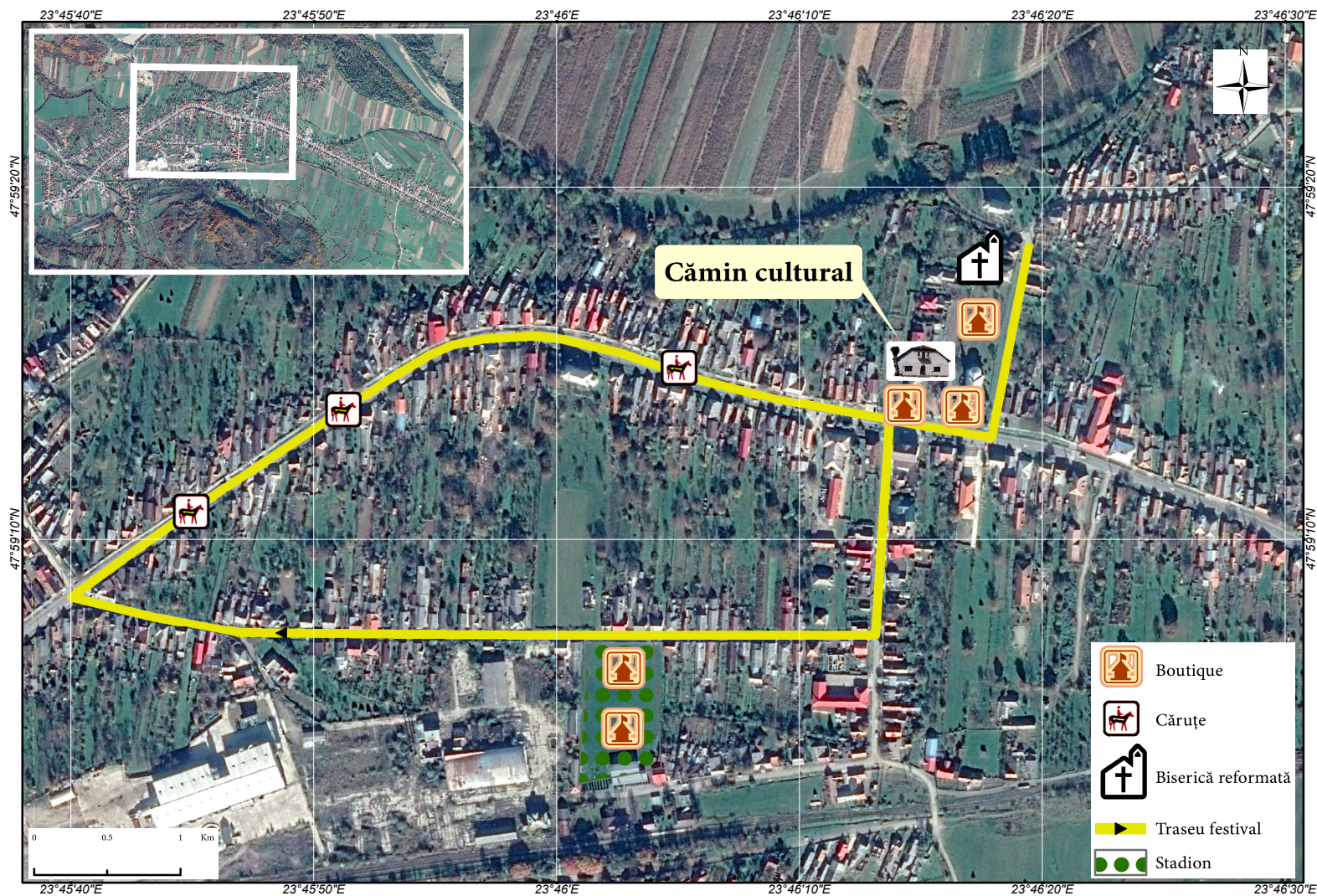


Figura 5. Festivalul Verzei din Câmpulung la Tisa - propuneri

Conflictele și colaborarea inefficientă dintre Ansamblul Folcloric din Câmpulung la Tisa și Consiliul Local, lipsa finanțării și tendința tinerilor de a-și îndrepta atenția înspre alte tipuri de activități au dictat evoluția descendentă a festivalului, culminând cu închiderea acestuia, după doar trei ediții.

Revalorificarea festivalului este susținută de o serie de factori, cum ar fi poziția geografică favorabilă a comunei, accesul la DN19, apropierea față de Sighetu Marmației și de Ucraina, relieful și solul care favorizează practicarea agriculturii și cultivarea verzei, alături de climă, hidrografie și infrastructură, dar și dorința și entuziasmul membrilor Ansamblului Folcloric de a resuscita festivalul și de a duce mai departe tradițiile pe care le-au moștenit de la predecesorii lor.

Eficientizarea colaborării Ansamblului Folcloric cu autoritățile locale, crearea de parteneriate cu localitățile membre ale GAL Mara-Gutâi dar și cu alte localități din țară sau Ungaria care organizează acest festival, crearea unei echipe de specialiști care să acceseze fonduri europene, prin intermediul PNDR 2014-2020, toate acestea ar conduce la revitalizarea Festivalului Verzei din Câmpulung la Tisa și, implicit, la păstrarea autenticității locului.

BIBLIOGRAFIE

- Barbieri C., Katsube Y., Tew C.** (2009), *Attendance Motivations and Visitors Segments within a University Agricultural Festival*, Proceedings of the 2009 Northeastern Recreation Research Symposium, 165-171.
- Faganel A.** (2011), *Developing Sustainable Agrotourism in Central and East European Countries*, *Academica Turistica - Tourism and Innovation Journal*, 4 (1):55-62.
- Gazeta de Agricultură** (2019), *Sărbători și festivaluri tradiționale*, <https://www.gazetadeagricultura.info/sarbatori-si-festivaluri.html>, accesat în 2.05.2019.
- Gibson C., Wong C.** (2011), *Greening Rural Festivals: Ecology, Sustainability and Human-Nature Relationship*, Gibson C.R., Connell J. (Eds.), *Festival Places - Revitalising Rural Australia*, 92-105.
- Hayle C.E., Harvey M., Emmanuel K.** (2006), *Market research on agrotourism products and services*, Kingston, Institute for Hospitality and Tourism.

- Hjalager A.-M.** (1999), *Agricultural Diversification into Tourism: Evidence of a European Community Development Programme*, *Tourism Management*, 17 (2):103-111.
- Kasperek M.** (2007), *Agrotourism and Agricultural Diversity*, Fact Sheets: People & Biodiversity in rural areas, 4.
- Lyck L., Long P., Grige A.X.** (2012), *Tourism, Festivals and Cultural Events in Times of Crisis*, Frederiksberg bogtrykkeri, Danemarca.
- Morgenstern J.** (1917), *Two Ancient Israelite Agricultural Festivals*, *The Jewish Quarterly Review*, New Series, 8 (1):31-54.
- Nistoreanu P., Gheres M.** - coord. (2010), *Book Review on „Rural Tourism – Treaty”*. C.H. Beck Publishing House, București.
- Nowers R., de Villiers E., Myburgh A.** (2010), *Agricultural Theme Routes as a Diversification Strategy: the Western Cape Wine Routes*, *Agrekon*, 41 (2):195-209.
- Prefectura Maramureș** (2016), *Anuarul Administrației Publice Maramureșene*.
- Sabău Angela** (2016), *Cele mai importante festivaluri din Maramureș: toate evenimentele care atrag turiști din țară și de peste hotare*, 3.01.2016. https://adevarul.ro/locale/baia-mare/cele-mai-importante-festivaluri-maramures-evenimentele-atrag-turisti-tara-hotare-1_5687d1a037115986c60e932d/index.html, accesat în 2.05.2019.
- Traditions Customs** (2019), *European harvest festivals*, <http://traditionscustoms.com/festivals/european-harvest-festivals>, accesat în 2.05.2019.
- Vasilică E.** (2012), *Cel mai mare festival agricol din Nord-Estul României organizat la Centrul Expozițional Moldova*, 27.09.2012, RFI România, <https://www.rfi.ro/articol/stiri/diverse/cel-mai-mare-festival-agricol-nord-estul-romaniei-organizat-centrul>, accesat în 5.05.2019.

„Cele cinci studii sunt deosebit de interesante și creionează un portret contemporan al Maramureșului, prin prisma câtorva studii de caz, reprezentative la nivelul acestei regiuni. Este demnă de remarcat latura științifică, originală, dar și atenta selectare a studiilor de caz.”

Conf. univ. dr. Raularian RUSU

„Volumul de față îndeplinește cu prisosință toate rigorile științifice și metodologice pentru a fi publicat. Este un exemplu de bune practici, în care colaborarea dintre dascăli și studenți nu se rezumă doar la întâlnirile formale din sălile de curs și/sau seminar ci devine concretă printr-un parteneriat în care ambele părți beneficiază de ocazii în care conținuturile teoretice sunt dublate de activități practice și materiale științifice asumate prin publicare.”

Conf. univ. dr. Cristian-Nicolae BOȚAN

„Rezultatele studiilor reprezintă contribuții valoroase la cunoașterea geografică din arealele studiate, dar și instrumente eficiente puse la dispoziția organismelor cu responsabilitate în domeniul dezvoltării rurale, fiind aduse argumente pertinente pentru orice strategie de dezvoltare (în fază de proiect sau în fază de implementare). În contextul dezvoltării spațiului rural, actualitatea temelor este vizibilă mai ales în dezbaterile legate de planificare și dezvoltare turistică, atât pe plan național (toate strategiile de dezvoltare cuprind capitole vaste destinate valorificării resurselor turistice) cât și internațional.”

Conf. univ. dr. Titus Cristian MAN

„Importanța temelor abordate este de certă actualitate pentru ceea ce înseamnă planificarea și amenajarea teritoriului și dezvoltare locală a comunităților, nu prin dependența de factorii externi acestora, ci din contră, prin valorificarea unor resurse existente în cadrul acestor comunități, dezideratul principal fiind cel de dezvoltare sustenabilă.”

Șef lucrări dr. Sandu-Ciprian MOLDOVAN

